

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации Валерии Анатольевны Буряковской «Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков)», представленной на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка

Предпринятое исследование функционирования массовой культуры в медиадискурсе представляется **актуальным и новым** как с точки зрения постановки научной проблемы, так и с точки зрения ее решения.

В теории советской журналистики основными функциями массмедиа признавались только функции информирования и идеологического воспитания, а сами массмедиа назывались *средства массовой информации и пропаганды – СМИП*, причем слово *пропаганда* в данном словосочетании заключало в себе положительную коннотацию (ср.: *пропаганда здорового образа жизни*). Массовая культура в советской традиции относилась к западным буржуазным негативным социальным явлениям, которые априори не могли тиражироваться советскими СМИ.

После перестройки, с развитием информационного общества, российская теория массмедиа была включена в глобальный научный контекст. В современных научных исследованиях функции массмедиа предстают как незамкнутая, периодически пополняемая система, а сами массмедиа – как сложный социальный феномен, которому присущи в равной мере как положительные, так и отрицательные эффекты. Поэтому изучение транслирования массовой культуры средствами массовой информации, выявление и описание коммуникативных характеристик продуктов массовой культуры, функционирующих в медиaprостранстве, представляется **теоретически значимым и перспективным**.

Новизна рецензируемой диссертации нам видится в том, что автор дифференцирует основополагающие для данного исследования понятия

массовая культура и массовая медийная культура, тем самым акцентируя специфичность последней. Это разграничение обычно смешиваемых и тавтологично трактуемых понятий носит принципиальный характер и позволяет автору разработать нетривиальный подход к изучению неоднородного феномена массовой культуры и его репрезентации в современном медиaprостранстве.

Личный вклад автора диссертации, на наш взгляд, заключается в том, что исследователь формулирует те коммуникативные характеристики, которые получает массовая культура в процессе медиатизации, т.е. в процессе «втягивания» массовой культуры в пространство медиадискурса и преобразования ее в массовую медийную культуру. В таком аспекте феномен массовой культуры в отечественной лингвистике и лингвокультурологии практически не изучался.

Автор диссертации не сводит массовую медийную культуру только к развлекательному субдискурсу. В этом также проявляется **новизна** рецензируемой работы. Нам представляется **теоретически значимым** выявление и описание основных лингвокультурных знаков массовой культуры, инкорпорированных в современный медиадискурс, вокруг которых формируется массовая медийная культура, рассредоточенная по всему медиaprостранству, а не фокусирующаяся в рамках какого-либо субдискурса.

Релевантными знаками массовой культуры в медиaprостранстве автор диссертации, на наш взгляд, абсолютно справедливо считает определенный набор жанров, специфичных для массовой культуры, и особенности лексикона (гл.1 дисс.), концепты массовой культуры (гл. 2 дисс.), ценности массовой культуры, транслируемые массмедиа (гл. 3 дисс.), и дискурсообразующие модусы – развлекательный, мистический, воинствующий, формирующие подачу информации в массмедиа в соответствии с целями и задачами идеологии консьюмеризма, составляющей основу массовой культуры (гл. 4 дисс.). Таким образом,

очерчивается предметное поле исследования, что также отражает новизну авторского подхода к решению поставленной важной теоретической проблемы.

Несомненным достоинством диссертационного исследования, на наш взгляд, является лингвоэкологический подход автора к рассматриваемым проблемам. Вся работа пронизана тонкими лингвокультурологическими комментариями и лингвостихическими замечаниями о негативном (и даже разрушительном) влиянии на сознание адресата массовой культуры, усиленной тотальностью массмедиа. С этой точки зрения особое значение имеют глава 3 и глава 4 диссертации, в которых выявляются важнейшие манипулятивные и суггестивные стратегии массовой культуры, дается оценка популяризации чужих ценностей в русской лингвокультуре (стр. 152 дисс.), агрессивное медиавоздействие на детскую аудиторию (стр. 259 дисс.).

Большой интерес вызывает высказанная В.А. Буряковской мысль о потенциальной конфликтогенности массовой культуры в целом и массовой медийной культуры в частности: «Мы полагаем, что массовая культура наднациональна, формы ее проявления могут быть потенциально конфликтны для этнической культуры» (стр. 137 дисс.) и «Наша гипотеза состоит в том, что в медийном дискурсе содержится некая конфликтогенность или некая агрессия, зачастую умело закамуфлированная» (стр. 248 дисс.). Эта мысль убедительно раскрывается в 4-ой главе диссертации «Аксиологические векторы массовой медийной культуры» в разделе 4.3 «Агрессивный дискурс». Сравнительная характеристика доминирующих коммуникативных практик в русском и англоязычном медиадискурсе, а также проведенный автором диссертации ряд психолингвистических экспериментов усиливают доказательную базу исследования и сделанные автором диссертации выводы.

Анализ лингвистических знаков, репрезентирующих массовую культуру в медиапространстве, также можно отнести к значимым теоретическим результатам проведенного исследования. Ориентация на престижность в словоупотреблении приводит к чрезмерной варваризации и вестернизации языка, к квазинаучности медиатекстов, также современным текстам в СМИ характерна завышенная эмоциональность и десакрализация. Эти тенденции, выявленные и проанализированные В.А. Буряковской, несомненно, оказывают сильное влияние на трансформацию современного русского литературного языка в целом, а не только языка массмедиа.

Четвертая глава диссертации в принципе является важнейшей для доказательства выдвинутой автором гипотезы о неоднородности феномена культуры, о типичных стратегиях и текстах массовой культуры и о ее определенной аксиологической направленности (стр. 4 дисс.).

Форматируя массовую медийную культуру в соответствии с ее аксиологическими векторами, В.А. Буряковская выделяет и описывает три ведущих дискурса, реализующих запросы современного общества потребления: гламурный, агрессивный и магический. Эти типы дискурсов отражают структуру современного массового сознания. Умело воздействуя именно на данные структуры массового сознания, можно добиться заданного результата – потребления предлагаемых продуктов и услуг. Мы полностью разделяем вывод, к которому приходит В.А. Буряковская, о том, что «на фоне минимального количества образовательных и развивающих телепередач гламурный, магический и агрессивный по своему содержанию контент превалирует, формируя определенные образцы коммуникативного поведения и образа жизни в целом. Данный факт заставляет нас полагать, что развитие современного общества, как российского, так и западного, в гуманитарном плане характеризуется в большей степени регрессивными чертами, нежели прогрессивными» (стр. 279 дисс.). Этот вывод звучит, к сожалению,

пессимистично, но знание того, что, как справедливо считает автор диссертации, «массовая культура является важной цивилизационной характеристикой современного общества» (стр. 283 дисс.), позволяет разработать эффективные механизмы лингвоэкологической защиты от негативных медиавоздействий и развивать основы медиаграмотности у современного адресата.

Как достоинство считаем необходимым отметить широкий научный контекст исследования. В своей диссертации автор опирался на основные теоретические труды в области теории языка, теории массмедиа, лингвокультурологии, концептологии и психолингвистики. При классификации и анализе богатого эмпирического материала автор использовал целый комплекс современных научных методов и методик. Такой междисциплинарный подход позволил В.А. Буряковской дать многоаспектное описание основных коммуникативных характеристик массовой культуры в медиадискурсе и решить поставленные в исследовании задачи.

Как отдельные главы, так и все исследование в целом, содержащее большое количество интересного фактического материала, целесообразно использовать **в практике преподавания**. С высокой степенью эффективности результаты исследования могут применяться прежде всего при обучении студентов филологических факультетов, факультетов журналистики, работа будет востребована в курсах межкультурной коммуникации, психолингвистики, социологии, а также интересна практикующим журналистам.

Основные вопросы и замечания, возникшие при чтении диссертации, сводятся к следующему:

1. Говоря о структурном коммуникативном блоке *адресант/адресат* и о его специфике в медиакommunikации (раздел 1.3. глава 3), В.А.

Буряковская, опираясь на российские и зарубежные исследования, справедливо отмечает, что в категории *адресат* можно выделить различные параметры: гендерные, возрастные, профессиональные и т.п., поскольку современный массовый адресат не является однородной, гомогенной массой, а представляет интегральную общность различных групп населения. Мы полностью разделяем такой «параметрический» подход к категории массового адресата в медиадискурсе, поэтому нас интересуют вопросы, связанные с дальнейшей перспективой предпринятого в диссертации исследования: является ли гламурный дискурс гендерно ориентированным? Он рассчитан на исключительно женскую или на мужскую аудиторию тоже? Воздействие массовой медийной культуры на детскую аудиторию такое же, как и на взрослую? Влияют ли концепты массовой культуры на элиту общества или элита способна защитить себя от воздействия масскульты?

2. Нам кажется несколько категоричным высказывание автора на стр. 55 диссертации о том, что медийность массовой культуры способствовала ее распространению на все типы СМИ. В типологии современных СМИ выделяют желтые, массовые и качественные издания. Качественные издания все же стараются избежать негативного воздействия тенденций массовой культуры, выстраивая свою редакционную и стилистическую позицию на уважительном отношении к адресату (что можно заметить, сравнив, например, материалы круглосуточных информационных каналов «Россия 24» и «LifeNews»).
3. На стр. 60-61 диссертации дана дефиниция жанров массовой медийной культуры и разработана их типология. В целом поддерживая как дефиницию, так и типологию, выскажем, однако,

свои сомнения в правомерности включения рекламы в типологию жанров. Вопрос, является ли реклама жанром или функциональным стилем, на протяжении длительного времени вызывает дискуссии, но, учитывая тот факт, что реклама имеет собственную жанровую типологию (видеоролик, рекламное объявление, рекламная статья, баннер и др.), на наш взгляд, ее целесообразнее отнести к коллекции жанров (в терминологии М. Войтак), чем к отдельному жанру.

4. На стр. 56 к типичным жанрам массовой культуры в художественной литературе относится в том числе и сказка. На наш взгляд, сказка – это жанр не массовой, а традиционной, народной культуры, противопоставленной массовой культуре в общепринятой триаде *народная культура / массовая культура / элитарная культура*. Но, наверное, действительно можно говорить о жанре сказки в пределах массовой культуры, если это сказка современная, как, например, «Гарри Поттер», к которой и апеллирует автор диссертации, т.е., наверное, необходимо разграничить эти два вида сказки.

Все эти вопросы и замечания ни в коей мере не отрицают ни результаты исследования, ни его концептуальную основу и ставятся в дискуссионном порядке.

Основные результаты диссертации прошли серьезную апробацию: они неоднократно обсуждались на различных конференциях и нашли отражение в опубликованных 38 работах, включая монографию и 15 статей в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Положения, выносимые на защиту, в диссертации доказаны. Полученные выводы являются перспективными для дальнейшей разработки поднятой проблемы. Автореферат достаточно полно отражает содержание диссертации, которая **соответствует паспорту номенклатурной специальности 10.02.19 – теория языка.**

Все сказанное позволяет утверждать, что обсуждаемая диссертация в полной мере отвечает требованиям, предъявляемым в пп. 9-11 "Положения о присуждении ученых степеней", утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, поскольку является научно-квалификационной работой, в которой решена крупная научная проблема, имеющая важное социально-культурное значение, а ее автор, В. А. Буряковская, заслуживает присуждения ей ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Доктор филологических наук,
профессор кафедры стилистики русского языка
факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

Клушина Наталья Ивановна
125009 Москва, ул. Моховая, д. 9
8 (495) 629 45 08
nklushina@mail.ru



Подпись доктора филологических наук, профессора Н.И. Клушиной удостоверяю.

Декан факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова,
доктор филологических наук, профессор



Е.Л. Вартанова

5 февраля 2015 г.