



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор МГИМО (У) МИД России,
Проректор по научной работе–профессор

Подберёзкин А.И.

«05» ноября 2014 года

ОТЗЫВ

ведущей организации о диссертации Ерёминой Дарьи Аркадьевны

«Особенности немецкого радиформата «инфотейнмент»

в рамках публицистического стиля»

(на материале общественно-правовых и частных радиостанций Германии),

представленной на соискание учёной степени кандидата филологических наук

по специальности 10.02.04 – «Германские языки»

Диссертационное исследование Ерёминой Дарьи Аркадьевны посвящено лингвистическим и экстралингвистическим особенностям функционирования популярного медиаформата «инфотейнмент» на материале радиопередач в контексте медиаэкономического развития Германии. Цель исследования состоит в выявлении сходства и различий в характере инфотейнмента на общественно-правовых и частных радиостанциях Германии, в особенности, анализе примеров данного медиаформата и его подвидов – «эдытейнмент» и «политейнмент» и последующем определении роли и места «инфотейнмента» в рамках публицистического стиля.

Актуальность темы диссертации не вызывает сомнения ввиду современного уровня развития коммуникационных технологий, позволяющих выгодно использовать популярный формат «инфотейнмент» в жанрах публицистического стиля, способствуя их разнообразию. Возрастающее значение развлекательной функции СМИ, безусловно, имеет объяснение в сфере медиаэкономики в связи с необходимостью привлечения аудитории для продвижения медиапродуктов на рынке СМИ. Вместе с тем наблюдается тенденция навязывания средствами массовой информации большого количества развлекательных форматов

аудитории, которая, в реальной или, скорее, прогнозируемой действительности желает и ожидает получать от СМИ, в основном, именно некоторый развлекательный продукт. Автору диссертации удалось найти подтверждение вышеуказанной тенденции с помощью детального анализа стилистических и лингвистических средств, используемых, прежде всего, модераторами радиопередач. Постоянное преобладание в эфире экспрессивно-разговорных языковых элементов и речевых стратегий, направленных на развлечение, создаёт доминирующий развлекательный фон, пребывая в котором, слушатели уподобляются участникам передач и перенимают популярный формат в качестве нового стандарта. При этом среди слушателей могут быть и те, кому не свойственно слушать большое количество развлекательных программ и кто привыкает к ним «невольно», равно как и те, которые склонны к развлечению. Ненавязчивое навязывание – так можно определить воздействие формата «инфотейнмент» на аудиторию в контексте рецензируемой работы.

Как утверждает диссертант, интенсивность проникновения элементов инфотейнмента в дискурс радиопередач зависит от намерений автора, то есть определяющим фактором является инициатор текста, в данном случае, медиатекста, а не ожидания аудитории, которая, в основном, пассивна.

Таким образом, воздействуя на слух, речь в радиоэфире не только обращена к нашей восприимчивости, но и формирует её.

Впервые публикуется достаточно полный обзор зарубежных и отечественных исследований медиафеномена «инфотейнмент», также впервые проведён анализ лингвистических и экстралингвистических особенностей немецких радиопередач в данном формате, даётся определение «инфотейнменту» как информационно-развлекательному подстилю публицистического функционального стиля. Данная работа удачно дополняет результаты существующих исследований радиожанров и упорядочивает употребление термина «инфотейнмент» в рамках возможностей функциональной стилистики.

Диссертация состоит из теоретической и исследовательской частей, каждая из которых включает по 4 главы, заключения, библиографии, перечня словарей и источников языкового материала и приложения с расшифровкой радиопередач.

В теоретической части работы даётся обзорная характеристика речевого общения и целевой аудитории в условиях массовой коммуникации с учётом специфики радиовещания. Автор приводит термин «круги коммуникации» (представляется нелишним указать немецкоязычный оригинальный термин „Kommunikationskreis“), употребляемый немецкими исследователями для описания «двойной адресации» передач, в которых модератор непосредственно общается с гостем или гостями студии и опосредованно с публикой у радиоприёмников, и «тройной адресации», когда публика присутствует и в студии и, в свою очередь, косвенно общается с аудиторией за пределами студии. Каждый круг коммуникации симулирует межличностную коммуникацию и охватывает как непосредственную, так и потенциальную аудиторию, вовлекая участников в диалогическую игру.

Важными являются положения о высокой степени ритуализированности такого диалога, скрытом характере обратной связи, привилегированной роли модератора по отношению к слушателям. Совмещение межличностной и массовой коммуникации создаёт эффект интерактивности, или условную интерактивность. Это порождает явление псевдокоммуникации, которая важна не только для установления контакта со слушателем (фатическая функция языка), но и мотивирует слушателей найти свою нишу и становиться постоянными слушателями той или иной радиостанции и определённых радиопередач.

Известное сочетание экспрессии и стандарта получает дополнительную стилистическую окраску за счёт развлекательной функции медиатекстов в современных СМИ. При этом «инфотейнмент» нельзя считать формой экспрессии, так как это явление неоднозначно, а развлекательность как составляющая формата «инфотейнмент» – не синоним экспрессии. Такой расширенный взгляд на специфику публицистических текстов, характерный для немецких исследователей, является достаточно новым в отечественной лингвистике.

Далее рассматриваются происхождение и различные интерпретации термина «инфотейнмент» и ключевой компонент данного формата – развлекательный. Автор вводит понятие «пользователь массмедиа», что

соответствует отношению потребления, которое формируется у слушателей в силу воздействия развлекательного компонента. Различные аспекты *развлекательного* охватывают всё многообразие отношений и поведения человека в игре. Заметим, что феномен игры представлял исследовательский интерес намного раньше, чем появилось понятие «инфотейнмент». В середине 20 века Герман Гессе видел человека играющим со всем содержанием и ценностями культуры и описал тот идеальный мир игры, который мы могли бы назвать виртуальным, в который человек устремляется в бегстве от проблем окружающей действительности, «эпоху фельетонов», когда периодическая печать обслуживает «гигантский спрос на ничтожную занимательность», а излюбленным содержанием болтовни любознательных читателей являются анекдоты из жизни знаменитых мужчин и женщин¹. Синтез информационных и развлекательных элементов в современных медиатекстах отражает потребность общества в развлечении и отвлечении от реальности, в оживлении коммуникации театральными эффектами. Среди приводимых диссертантом определений «инфотейнмента» наиболее ёмким можно считать определение словаря Duden – «оживлённая за счёт использования театральных эффектов и развлекательных элементов презентация фактов, новостей...».

Исследовательская часть работы включает обзор медиаэкономической ситуации в ФРГ, специфику радиопередач шести различных радиостанций, трёх общественно-правовых и трёх частных на территории вещания северной Германии, Берлина и Бранденбурга, сопоставительный анализ разновидностей формата «инфотейнмент» в данных передачах («эдутейнмент» и «политейнмент») на фонетическом, морфологическом, синтаксическом и лексическом уровнях.

Диссертант приводит примеры различного отношения немецких исследователей к появлению на медиарынке дуальной системы телерадиовещания – коммерческого и общественно-правового. Уверенность в правильности ориентации массмедиа на потребности и желания всех людей, то есть на некоторый средний уровень, ведёт к оправданию определяющего значения рейтингов программ. Напротив, критики потворства средств массовой

¹Г.Гессе «Игра в бисер». Цит. по <http://lib.ru/GESSE/biser0.txt>

информации общей жажде развлечений отмечают расслабленность и неспособность большинства современных людей к умственному труду.

Отмечается, что для передач на частных радиостанциях в целом характерен сниженный стилистический уровень. Передачи образовательно-познавательного характера представлены в основном монологическими жанрами, тогда как передачи политического содержания с развлекательными элементами, – это, как правило, диалог или полилог.

Обоснованность выводов подтверждается приведёнными данными немецкоязычных исследований дихотомии «информация» – «развлечение» и опросов аудиторий слушателей, в частности, опроса журнала «Шпигель», согласно которому более 40 % респондентов заявили об ухудшении качества программ в связи с дуальной системой на рынке СМИ.

В заключении подводятся итоги исследования: постепенный отход функции информирования на второй план по отношению к функции развлечения, выбор тематики и подача информации как средство достижения развлекательного эффекта, преобладающая роль разговорного стиля речи в создании эффекта межличностной коммуникации.

Проведённое исследование найдёт продолжение в целом ряде научных дисциплин, от исследований влияния «инфотейнмента» на социальную ориентацию людей в лингвосоциологии до исследований англицизмов и регионально маркированной лексики радиожанров в рамках жанроведения, лингвокультурологии и диалектологии.

Положение о преобладающем значении эмоциональной составляющей перед когнитивными процессами в восприятии медийных текстов, основанное на результатах исследования явления «инфотейнмент», должно учитываться при создании учебников и учебных пособий по изучению иностранных языков и языка СМИ в целом. Необходимо разрабатывать методы управления эмоциональным потенциалом в целях оживления и развития когнитивных процессов, а не их подавления.

Чем больше внимания исследователи будут уделять проблеме превращения информации из культурного достояния в товар, тем больше вероятность, что

цинизм и равнодушие к просвещению будут осознаваться обществом как опасность. Дальнейшие рассуждения на тему данной работы наводят на мысль о возможности разработки критериев оценки качества подобных развлекательных программ в рамках теории журналистики с учётом важности эмоциональной составляющей в восприятии человеком медийной продукции.

Замечания по диссертационной работе носят рекомендательный характер. Досадно отсутствие ссылки на важнейшую работу Юргена Хайнриха в 1 главе исследовательской части, посвящённой медиаэкономическому развитию ФРГ. Именно Хайнрих проводит различие между производством и подачей информации, используя англоязычные термины *content production* / *content providing*. Последнее, а именно, подача информации, и является собственной задачей телерадиовещания. Производство информации при этом первоначально (!) является таким же сегментом медиаэкономики, как и производство товаров и услуг, то есть всего, что необходимо для процесса производства информации и обеспечения этого процесса [Jürgen Heinrich „Medienökonomie“, стр. 40].

В выводах ко 2 главе исследовательской части (стр.88) не стоит повторно описывать объект исследования, а ограничиться практическими результатами анализа. Следует также упомянуть некоторые досадные опечатки и отсутствие перекрёстных ссылок, например, на раздел с фразеологизмами на стр. 94.

На стр. 172 диссертант призывает различать «табloidные форматы» и «инфотейнмент», тогда как табloid всего лишь представляет собой тип вёрстки на листе А 3, то есть формат, удобный для чтения. Очевидно, диссертант имеет в виду «бульварные издания» или «жёлтую прессу», которую не следует путать с «инфотейнментом», ведь не все бульварные издания печатаются в табloidном формате. Так, газета *Frankfurter Rundschau* – табloid, но не является жёлтой прессой.

Автор диссертации безусловно достигает решения поставленных задач, в то же время для столь значимого исследования возможен более смелый комплексный междисциплинарный подход, благодаря которому и результаты работы вывели бы автора за пределы узкой области функциональной стилистики. Так, в исследовательской части не нашлось применения очень важного

направления исследования устной диалогической речи. Диссертант лишь упоминает о данном подходе как об одном из возможных, в то время как, на наш взгляд, именно анализ диалогической речи (нем. „Gesprächsanalyse“) является фундаментальным для немецкоязычного устного дискурса. Некоторые возникающие в ходе анализа материала вопросы, в частности, о том, переходит ли формат «инфотейнмент» постепенно от частных радиостанций к общественным, то есть о первичном для «инфотейнмента» дискурсе, в любом случае не вписываются в рамки функциональной стилистики и требуют расширить горизонт исследования, что вновь подчёркивает универсальность затронутых автором диссертации проблем.

Заключение:

Автореферат и опубликованные статьи отражают содержание работы.

Диссертационное исследование Ерёминой Дарьи Аркадьевны полностью соответствует требованиям Положения о порядке присуждения ученых степеней ВАК РФ (п.9 и 10), отличается новизной, актуальностью, теоретической и практической значимостью, её автор заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 — «Германские языки».

Отзыв составлен к.ф.н., старшим преподавателем кафедры немецкого языка МГИМО (У) МИД РФ, М.А. Степановой и утверждён на заседании кафедры немецкого языка 16 октября 2014 г.

«16» октября 2014 года, протокол № 2.

Заведующий кафедрой немецкого языка
федерального государственного образовательного бюджетного учреждения
высшего профессионального образования «Московский государственный
институт международных отношений (университет) Министерства иностранных
дел Российской Федерации

к.ф.н., доцент Евтеев Сергей Валентинович

Кафедра немецкого языка МГИМО (У) МИД РФ
Москва, просп. Вернадского 76, каб. 2102,
тел.: (495) 434 91 41
e-mail: deutsch2102@mail.ru



Подпись: С.В. Евтеев зав. кафедрой

Секретарь: Д.С. Улин

Степанова М.А. Perrin D. Medienlinguistik. – 2, überarb. Aufl. – Konstanz: UVK, 2011. – 258 S. – Реферат монографии. Реферативный журнал Российской Академии Наук «Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Серия 6. Языкознание». – М., 2013, № 1, реф. № 015, стр. 86-93. (0,3 а.л.)

Степанова М.А. Авторитетность и коммуникация. – Реферат коллективной монографии Воронежского государственного университета. Реферативный журнал Российской Академии Наук «Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Серия 6. Языкознание». – М., 2010, с. 96-103 (0,3 а.л.)

Stepanova M. DER SPIEGEL und das Gespräch [Электронный ресурс] // TRANS Nr.17. – Vienna, 2010. – 11 p. – Режим доступа: http://www.inst.at/trans/17Nr/8-17/8-17_stepanova17.htm (0,5 а.л.)