

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации

Бегларяна Алика Хачатуровича на тему «Фоновые знания как фактор воздействия на телеаудиторию спортивных СМИ (на материале МАТЧ-ТВ)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по научной специальности 5.9.9. «Медиакоммуникация и журналистика».

Актуальность работы, по мнению автора диссертационного исследования, заключается в том, что «в современной спортивной журналистике широко используется активное взаимодействие с целевой аудиторией» (с. 5). Это верно, однако по мнению рецензента, данным аспектом актуальность исследования не исчерпывается, а определяется целым комплексом обстоятельств, связанным, с одной стороны, с очевидной обособленностью аудитории спортивной информации как очевидно существующего сообщества, для которого идентификация «свой – чужой» на уровне лингвистических признаков устанавливается достаточно легко и быстро, и с другой стороны – со столь же очевидными сложностями ее формализации.

Новизна исследования обосновывается тем, что среди медиаисследований, посвященных сфере спортивной журналистики, до сих пор оставался обойденным вниманием важный феномен так называемой общей апперцепционной базы, под которой автор понимает корпус фоновых знаний, представляющий собой набор базовых коммуникативных установок определенного языкового коллектива, в нашем конкретном случае – аудитории спортивной журналистики. Анализируя степень научной исследованности темы, диссертант справедливо заключает, что в области спортивной журналистики основная терминология сферы практически не сопрягается с феноменом фоновых знаний, что и определило необходимость изучения общей апперцепционной базы, присущей дискурсу спортивной журналистики. Научная новизна диссертационного исследования обусловлена проведенной в нем систематизацией отсылок к фоновым знаниям в современных конвергентных спортивных СМИ на примере телеканала «МАТЧ ТВ».

Целью диссертационного исследования Алик Хачатурович определил систематизацию коммуникативных стратегий, использующих отсылки к корпусу фоновых знаний для позиционирования специализированного спортивного средства массовой информации во взаимодействии с целевой аудиторией на различных платформах.

Достижение поставленной в исследовании цели достигается путем решения ряда последовательных задач, при этом автор говорит о многоуровневой системе прецедентных текстов в сознании аудитории спортивных СМИ в нашей стране и при ее изучении исходит из социально-исторических условий, факторов и предпосылок, оказавших влияние на формирование соответствующего корпуса фоновых знаний.

Теоретическая база исследования представлена опорой на существующие историко-теоретические подходы к изучению специфики взаимодействия спортивных СМИ с их аудиторией. Автор опирается на концепцию неориторики Х. Перельмана, рассматривая единицы контента спортивных СМИ в качестве т. н. «объектов соглашения» с целевой аудиторией, которые строятся на сознательном и последовательном использовании отсылок к корпусу общих фоновых знаний как основе эффективного взаимодействия СМИ и аудитории.

Методика исследования построена на сочетании системно-типологического, структурно-семиотического методов, метода компонентного анализа, сравнительно-исторического метода. Автор использует методологию теории речевых актов, теории коммуникации, лингвокультурологии и переводоведения, в рамках которых фоновые знания рассматриваются как специфическая основа общения определенного языкового сообщества. В этом плане выбор методов для изучения данной темы представляется логичным и обоснованным, однако автор мог бы более детально раскрыть порядок и принципы применения этих методов в ходе исследования.

Структура работы, обусловленная задачами исследования, в целом логична и последовательна. Первая глава посвящена истории спортивной журналистики в России в контексте вопросов общей апперцепционной базы и обращения к прецедентным феноменам, во второй главе продемонстрированы тактики и механизмы обращения к фонду прецедентных феноменов на примере современной спортивной журналистики, в частности – эфиров телеканала «МАТЧ ТВ», его репрезентации в телеграм-каналах, на сайте и в социальных сетях. Однако относительно структуры работы, ее архитектоники хотелось бы отметить два момента. Во-первых, на взгляд рецензента, автор преждевременно перешел к рассмотрению конкретных примеров в первой главе работы, когда еще не все аспекты общетеоретического характера были раскрыты в должной мере. Во-вторых, обращает на себя внимание чрезмерный объем и эклектичный характер параграфа 2.1 «Апперцепционные коды взаимодействия с целевой аудиторией в семиосфере современной спортивной журналистики», где

затронуты самые различные аспекты использования апперцепционной базы (и радио, и интернет, и репортаж на телевидении, и комментарий в прессе) и не всегда это представлено связно и логично. Представляется более рациональным разделить этот параграф на несколько подпараграфов, как автор, например, поступил в случае с параграфом 2.2. Возможно, именно в связи с недостаточно структурированным характером параграфа 2.1, в нем чаще, чем в других частях работы встречаются речевые и пунктуационные ошибки, недочеты в строении предложений, согласовании слов и словоупотреблении, т. е. именно данный фрагмент текста очевидно нуждается в редактуре.

В целом в работе последовательно рассматриваются проблемы формирования и использования общей апперцепционной базы отечественной спортивной журналистики: исследуется то, каким образом употребление прецедентного феномена приводит к его концептуализации, почему он становится сложившимся знаком, который правильно идентифицируют и интерпретируют все представители спортивного сообщества

Сквозной линией в работе проходит проблема корректного выбора актуальных средств коммуникации в различных исторических условиях. Как историк спортивной журналистики рецензент поддерживает подход автора, основанный на утверждении, что спортивную журналистику России необходимо изучать «в контексте обращения к фоновым знаниям: непрерывная традиция «фоновых знаний» на протяжении XX века отсутствовала, и парадигма восприятия спорта несколько раз изменялась» (с. 39).

В результате анализа представленных в работе кейсов автор приходит к аргументированному выводу, что спортивные журналисты как осознанно, так и спонтанно обращаются к общей апперцепционной базе своей целевой аудитории, формируя в результате пласт имплицитных значений текстов спортивной коммуникации, которые аудитория легко считывает и воспринимает как своеобразный семиотический код, объединяющий журналиста и аудитории в одно сообщество.

Следует согласиться со сформулированными автором диссертации обоснованиями теоретической и практической значимости работы. Действительно, в работе выявлены стратегии использования отсылок к общей апперцепционной базе, указаны последствия их применения в текстах спортивной журналистики, соединены исследования общей апперцепционной базы с концепцией неориторики Х. Перельмана. Результаты исследования корпуса фоновых знаний как «объектов соглашения», релевантного для

современной целевой аудитории спортивной медиасферы, могут быть использованы при подготовке и реализации образовательных курсов и программ по истории и теории отечественной спортивной журналистики.

Несомненным достоинством работы являются выводы автора о стратегиях формирования устойчивых и эффективных коммуникативных практик в современной спортивной журналистике России, о закономерностях использования в устной и письменной речи спортивных журналистов отсылок к корпусу фоновых знаний. Диссертант отмечает, что распределение этих отсылок нелинейно и зависит от таких параметров, как возраст самого спортивного журналиста, вид спорта и темпоритм спортивного зрелища – все это однозначно подтверждает глубокую погруженность автора в проблематику исследования.

Оригинальным достижением автора является и подробная демонстрация принципов диверсификации источников общей апперцепционной базы в зависимости от формата репрезентации на различных ресурсах холдинга «МАТВ ТВ» (телеэфир, сайт, телеграм-канал, социальные сети). В итоге выводы, представленные в Заключение, носят обоснованный и в целом достаточно аргументированный характер, являются несомненным вкладом автора в изучение медиакommunikаций в сфере спорта.

Показательна апробация результатов исследования, которые подтверждаются требуемым количеством авторских публикаций автора по исследуемой проблематике. Достоверность выводов исследования достигается, помимо прочего, отрефлексированным личным опытом работы в редакциях издания «Спорт-Экспресс» и телеканала «МАТЧ ТВ».

Вместе с тем, как любая творческая исследовательская работа, диссертация Алика Хачатуровича Бегларяна содержит отдельные спорные моменты, вызывающие замечания и вопросы, относящиеся как к форме, так и к содержанию работы.

1. Хотелось бы, чтобы в работе автором были более четко обозначены и отражены критерии и варианты классификации прецедентных феноменов как средств взаимодействия с аудиторией. Автор в работе приводит отдельные средства (такие, например, как завирусившиеся видео, мемы, паттерны поведения и т. д.), показывает их на многочисленных примерах, однако ни разу не предлагает какую-то их обобщенную классификацию, чтобы они все были названы, представлены, распределены по видам и т. д. Это представляется

значительным упущением автора, которое он, возможно, сможет скорректировать в ходе защиты.

2. Как представляется рецензенту не все базовые коммуникативные установки, составляющие общую апперцепционную базу отечественной спортивной журналистики, нашли в работе одинаковое отражение. В частности, достаточно подробно были рассмотрены примеры отсылок к прецедентным текстам, в то время как спортивная коммуникация, особенно если мы говорим о так называемых болельщиках со стажем, во многом строится на претексте, формы репрезентации и функционирования которого весьма разнообразны. Хотелось бы услышать от автора диссертации, в чем заключается особенность включения претекста в коммуникацию между журналистом и аудиторией именно в рамках традиций отечественной спортивной журналистики?

3. В работе автор неоднократно утверждает и развивает мысль о том, что «специфика коммуникативной стратегии в спортивных СМИ неразрывно связана с концептуальной метафорой «спорт – война»» (с. 19). При этом при описании и анализе примеров использования журналистами фоновых знаний для коммуникации с аудиторией рассматриваются отсылки к литературной классике, кинематографу, анекдотам, пословицам, современным мемам, а концепты, связанные с войной, практически не возникают в тексте. Каким образом можно объяснить это противоречие и какие распространенные примеры использования военных метафор можно все же можно включить в общую апперцепционную базу спортивной журналистики?

4. Описывая источниковую базу исследования, диссертант утверждает, что она включает «большой корпус устных и письменных текстов», в т. ч. репортажи спортивных комментаторов, публикации спортивных «порталов, газет, телеканалов и телеграм-каналов» (с. 20-21). Однако во Введении и далее в самом тексте работы не были даны необходимые характеристики и обоснования эмпирической основы работы – сколько публикаций, отдельных текстов было рассмотрено, за какой период, т. ч. что представляла собой исследуемая выборка и на каковы были принципы этой выборки. Это частично было сделано только в подпараграфе 2.2.3 относительно количества постов в телеграм-канале «МАТЧ ТВ» за определенный период.

5. Отмечая важную роль в структуре работы параграфа 1.2, посвященного истории развития спортивной журналистики в России в контексте формирования корпуса фоновых знаний, рецензент не может при этом не отметить, что исторический экскурс носит несколько упрощенный, линейный и

схематичный характер, содержит ряд ошибочных или недостаточно обоснованных утверждений. Стоит привести и прокомментировать некоторые из них (к сожалению, перечень не исчерпывающий).

а) «На ранней стадии развития спортивной журналистики <...> отсылки к фоновым знаниям не применялись» (с. 41) – это неверно, они как применялись достаточно активно в связи с необходимостью реализации просветительской и агитационно-пропагандистской функций спортивной журналистики, необходимо было формировать и воспитывать аудиторию, для этого и изыскивались необходимые лингвистические средства, применялись общие культурные коды и т. д.

б) «Большинство спортивных изданий начала XX века в России были не очень профессиональны и не имели длительного успеха у читателей» (с. 44) – данное оценочное суждение также не является корректным. Многие из этих изданий выпускались на достаточно высоком профессиональном уровне и имели пусть небольшую, но устойчивую и преданную аудиторию.

в) «Нарушает период застоя спортивной прессы в России в 1922 году журнал «Известия спорта» (с. 46) – вернее было назвать 1922 г. годом резкого взрывного роста спортивной периодики, когда за один год появилось более 20 наименований, и «Известия спорта» были далеко не первым из них.

г) «1920-е годы также можно считать началом интерактивности в спортивной журналистике в России. Именно в это время спортивные газеты начинают обращаться к своему почтовому ящику и публиковать письма и материалы, присылаемые читателями» (с. 48-49) – на самом деле отдел «Почтовый ящик» обязательно присутствовал в структуре почти всех дореволюционных спортивных изданий, традиция регулярной обратной связи с аудиторией имеет куда более давнюю историю.

д) «1930-е годы важны для развития отечественной спортивной журналистики еще и тем, что появляются первые узконаправленные печатные издания спортивной тематики. В 1937 году начинает издаваться журнал «Гимнастика», который своим выходом в свет дает начало узкоспециализированной спортивной прессе в России» (с. 49) – отечественная спортивная журналистика началась с появления именно узкоспециализированных изданий еще в XIX в., это как раз универсальные спортивные журналы появились значительно позднее, ближе к началу XX в.

е) «Сразу после войны возрождаются главные советские спортивные печатные органы – газета «Красный спорт» и журнал «Физкультура и спорт» (с. 52) – фактическая ошибка. Газета «Красный спорт» продолжала выходить на протяжении всего периода Великой Отечественной войны, спортивная журналистика в нашей стране не прекратилась даже в военные годы.

ж) «В 1948 г. при Союзе журналистов СССР была создана секция спортивных журналистов СССР, затем преобразованная в федерацию (с. 55) – еще одна фактическая ошибка. Союз журналистов СССР не существовал в 1948 году, он был создан только в 1959 году, вскоре появилась и секция спортивных журналистов.

Встречаются подобные поспешные утверждения и далее в работе, например, во второй главе: «В России коллективное комментирование соревнований, в частности футбольных, начало формироваться в 2010-м году» (с. 101) и, в частности, «настоящую революцию в работе спортивных комментаторов в России» произвело появление футболиста Евгения Савина в качестве комментатора в тандеме с журналистом Тимуром Журавелем в 2016 г. (с. 102). Это опять же неверно: практика парного комментирования была знакома еще советскому спортивному телевидению, начиная с 1950-60-х гг., так что «революция» отменяется.

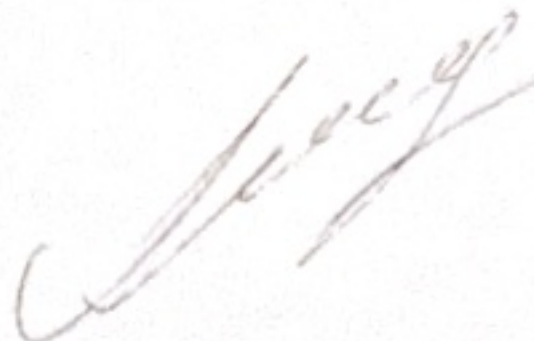
Справедливости ради следует отметить, что и в историческом параграфе, как и в других частях работы также содержится много ценных и интересных авторских наблюдений, таких, например, как отмеченный и аргументированно разъясненный автором рост отсылок к фоновым знаниям в спортивном контенте пропорционально с распространением телевизионных трансляций по сравнению с радиотрансляциями (с. 62).

Представленные в отзыве официального оппонента замечания и вопросы не носят принципиально критического характера, не снижают значимость работы и положительное впечатление от нее. Работа выполнена на необходимом теоретико-методологическом уровне, является законченным и цельным исследованием, обладающим научной новизной, практической и теоретической значимостью, а ее содержание соответствует специальности 5.9.9. «Медиакоммуникация и журналистика».

Общий вывод рецензента заключается в том, что диссертация Бегларяна Алика Хачатуровича, выполненная на тему «Фоновые знания как фактор воздействия на телеаудиторию спортивных СМИ (на материале МАТЧ-ТВ)»,

представляет собой самостоятельное авторское исследование, законченную научно-квалификационную работу, в которой содержится решение важной и актуальной исследовательской задачи. Работа соответствует требованиям и критериям, которым должны отвечать диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук, установленным п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного ученым советом РУДН 22.11.2024 г., протокол № УС-1. Автор диссертации заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по научной специальности 5.9.9. «Медиакоммуникация и журналистика».

Официальный рецензент,
доктор филологических наук,
доцент кафедры истории журналистики
Института «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций» СПбГУ



К. А. Алексеев

27 января 2026 г.

Личную подпись

ЗАВЕРЯЮ

Заместитель начальника
Управления кадров

*Алексеев
Константин Александрович*



27.01.2026

199004, Россия, Санкт-Петербург, 1 линия
В.О., 26
e-mail: director.journ@spbu.ru Раб.тел
+7(812)363-61-11 доб.3435