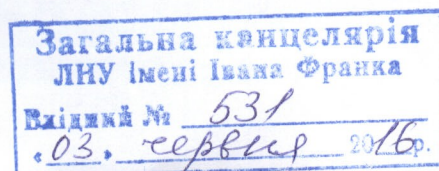


**Відгук**  
**першого офіційного опонента**  
**на дисертацію Сімашової Анастасії Іванівни**  
**«Мас-медіа Італії в контексті глобалізаційних процесів»,**  
**представленої на здобуття наукового ступеня**  
**кандидата наук із соціальних комунікацій**  
**за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики**

Актуальність дисертації А.І. Сімашової визначається не лише тим, що, обравши шлях європейської інтеграції, Україна повинна вивчати і після відповідної адаптації впроваджувати у себе засади національного інформаційного простору, а й певною близькістю умов, в яких формувались та розвивались мас-медіа Італії до ситуації в нашій країні. З одного боку, саме Італія подарувала світові винахідника радіо Марконі і вже активно в 30-і роки минулого століття розвивала у себе національне радіомовлення, вона однією з перших серед європейських країн створила спочатку суспільне, а потім і комерційне телебачення та струнку систему інших медіа, а, з іншого, - зробила це в умовах чи не наймолодшої в Західній Європі незалежній державності та територіальній цілісності, при суттєвих відмінностях між регіонами (особливо за віссю Північ-Південь), необхідності активно розвивати об'єднуючу усіх громадян літературну італійську мову (при наявності майже п'ятидесяти діалектів і говірок). І, нарешті, активно запозичуючи досвід організації медійного простору в інших країнах (зокрема, США), Італія змогла зробити це творчо, не відмовляючись від національних звичаїв і традицій, являючи собою один з перших прикладів глокалізації (чи «націоглобалізації», за виразом М. Кастельса).

Проте всі ці особливості, як і медійна система країни у всій її сукупності практично не вивчались вітчизняним журналістикознавством, тож маємо справу зі справді піонерським дослідженням.

Не викликає сумнівів і наукова новизна роботи. Вперше (не лише в українській науці, а і на пострадянському просторі взагалі) так ґрунтовно досліджено еволюцію та трансформації італійського телебачення від його





зародження до наших днів. У зв'язку з цим у науковий обіг введено маловідомі факти з його історії, схарактеризовано найбільш значущі телепрограми та діяльність відомих італійських журналістів. Виявлено та докладно вивчено вплив новітніх технологій на трансформації інших видів ЗМІ (газет, радіо, електронних видань) та інноваційні приклади конвергентних моделей медіа, класифіковано різні види мережевої журналістики з огляду на функціонування їх бізнес-моделей.

У зв'язку з тим, що в Україні, нарешті, розпочалося створення суспільного телебачення, особливої ваги набувають ті розділи дисертації, в яких вивчено і становлення італійського суспільного ТБ, і ті чинники, що спричинили до фактичної втрати ним цього статусу. Цей приклад особливо показовий для України, бо і надмірний вплив на таке телебачення політичних сил, і невирішеність проблем з фінансуванням, і жорстка конкуренція з боку комерційного мовлення у повній мірі наявні і у нас. Тож вивчення чужого досвіду у даному випадку має суттєве практичне значення. Адже ми вже починаємо спостерігати той «заколисуючий ефект» вітчизняного телебачення, яким ознаменувалась в Італії ера С. Берлусконі.

У першому розділі роботи представлено теоретико-методологічні засади дослідження. Авторка справедливо починає його з теоретико-концептуального аналізу феномена глобалізації в масовій комунікації. Вона виходить з тези про те, що медіа відіграють у процесах глобалізації подвійну роль і як інструмент для здійснення інноваційної та соціокультурної інтеграції, і як каталізатор цих процесів, і як об'єкт глобалізації, оскільки вони є цілісною системою в громадсько-політичній, економічній та технологічній площинах. Не можна не погодитись і з висновком дисертантки про те, що в процесі інтернаціоналізації масово комунікаційного простору на перший план висувається «конвергентна модель медіа як нова концепція розвитку медіа індустрії (с. 16).

У цьому ж розділі А.І. Сімашова розглядає роботи своїх попередників у вивченні італійської преси. Найбільш солідні у нас – це роботи Г. Рудницької



та Ю. Мельника, але вони справді інші за своєю тематикою, проблематикою та метою дослідження. У не так давно захищеній дисертації Г. Рудницької у центрі уваги щоденна загальнополітична преса Італії (а це три газети) з огляду на віддзеркалення у ній міжнародних подій.

Серед методів, які використано у дослідженні, вкажу на такі доволі оригінальні як «функціонально-структурний» та «нормативно-ціннісний». За їх допомогою оцінюється значення для журналістики як суспільної інституції окремих політичних процесів (с. 32).

У другому розділі роботи досліджується трансформація італійського суспільного телебачення RAI від його появи у 1954 р. і фактично до наших днів. Проблематику цього розділу визначено вже у назві розділу: шлях від соціальної відповідальності до комерціалізації.

Відразу зазначу, що з кризою суспільного (чи громадсько-правового, як називають його в деяких західних країнах) мовлення зіштовхнулась не лише Італія. І Бі-бі-сі у великій Британії поступово витісняється комерційними каналами, і АРД та ЦДФ в Німеччині потрапляють у все більшу залежність від політичних рухів та партій, а відтак і владних структур, а у Франції взагалі було роздержавлено найбільш потужний телевізійний канал ТФ-1.

Проте в Італії, як, до речі, і в Україні, міна уповільненої дії була закладена ще під час створення RAI, адже воно має подвійну природу: номінально вважається суспільним, а згідно із законодавчих засад є фактично державним. Поки була відсутня конкуренція з боку комерційного мовлення, RAI гідно виконувало функцію «палеобачення», акцентуючи увагу на націооб'єднуючих, навчально-просвітницьких та мовоуніфікаційних функціях. Увагу до проблем моралі і навіть певний аскетизм цього телебачення забезпечувався ще й значним впливом на суспільне і приватне життя італійців католицької церкви, яка до того ж і сама є помітним гравцем на медійному ринку, видаючи близько п'ятисот різноманітних газет, журналів і маючи своє радіо.



Однак втрата монополії РАІ у 1985 р. і вибір як концепції для подальшого розвитку «американського шляху» з його акцентом на розважальних програмах призвів до трансформації педагогічно-виховної моделі («бути наставником») до розважальної моделі «неотелебачення» з його принципом «бути співрозмовником» і пропагандою споживацької культури.

Зрозуміло, і авторка роботи справедливо на це вказує, ці негативні тенденції посилювались і під впливом суспільної ситуації, громадсько-політичних змін, особливо після приходу до влади С. Берлусконі, який контролював могутню комерційну телевізійну імперію «Фінінвест» (пізніше «Медіасет»). Саме тоді почалась ротація кадрів за принципом лояльності до влади, політичний тиск на окремих журналістів, політизація журналістики і медіа, медіатизація політики. Не забудемо при цьому, що італійці належать до так званих «телевізійних» націй, в житті яких телебачення відіграє колосальну роль. Деякі конкурси чи трансляція пісенних фестивалів або спортивних змагань збирають біля екранів мільйони глядачів. Тож інтерактивність, екзотичність, змішування розважальної та серйозної інформації, створення «медіа подій» та «медіа персон» не могло не знайти відгук у пересічного телеглядача.

Можна погодитись з дисертанткою, яка говорить про те, що подібні трансформації призвели до «вульгаризації концепції суспільного мовлення» (підрозділ 2.2). Я б сказав, не лише до вульгаризації, але й до його повної дискредитації, відкривши окрім усього іншого шлях до домінування політики над інформацією.

Цікавими спостереженнями та висновками позначено третій розділ, присвячений аналізу розвитку приватного телебачення в Італії. З одного боку, рух у бік розважальності та полегшеного контенту (такого собі «фаст-фуду») сприяє подальшій сегментації мовлення, пошуку форматів і ніш, що дозволяють об'єднати розрізнені групи глядачів у єдині консолідовані аудиторії, які потім і пропонуються рекламодавцям.



Однак це шлях, яким так чи інакше рухається вся комерційна преса і в інших країнах. А я б звернув увагу на такі суто італійські особливості, виділені дисертанткою. Те, що деякі західні теоретики (Д. Белл, Р. Барт, Ю. Габермас та інші) назвали загибеллю «великих ідеологій», призвело до втрати впливу традиційних політичних сил - християнських демократів, соціалістів, комуністів, який тепер політики вже за законами політичного маркетингу намагаються реалізувати через політизовані медіа. Це призвело, наприклад, до заборони телевізійних ток-шоу, які перемістились віднині в Інтернет, що не могло не позначитись на зниженні універсального характеру телебачення.

Інший аспект, пов'язаний з тим супротивом, який національні звичаї, традиції, уподобання громадян (а їх не можуть не врахувати медіа) дозволяють досить успішно протистояти «кокаколонізації» соціокультурного простору. Про те, що італійський телефір попри глобалізаційним тенденціям залишається значною мірою консолідованим та концентрованим, свідчать і невдала спроба утвердитись в країні транснаціонального каналу MTV і невдачі проектів Р. Мердока. І хоч у світі іронізують з приводу італійського «спагеті-року» позиції національної музичної культури (у тому числі і у її популярному варіанті) залишаються поки що непохитними.

Говорячи про конвергенцію медійних технологій в італійській пресі Л.І. Сімашова не просто виділяє яскраві приклади такої конвергенції (як, наприклад, «радіобачення»), а й пропонує власну класифікацію мережевої журналістики, яка включає традиційні ЗМІ, що представлені в Інтернеті; «чисто електронні» видання; агрегатори інформаційного контенту в мережі та соціальні мережі (с. 167).

Роботу завершують переконливі, доказові та достовірні висновки, які дають цілісне уявлення про ті непрості процеси, що відбуваються в італійській пресі під впливом глобалізації.

Автореферат та публікації повністю передають зміст дисертації та її основну гіпотезу і висновки.



Разом з тим, хотілося б, щоб під час захисту були уточнені та розвинуті такі положення дослідження:

1. Чи не здається Вам, що наслідком глобалізації, про які Ви пишете у вступі до роботи, є не лише уніфікація медійних форм та змісту – товару, а й руйнація традиційного поділу ЗМІ на «якісні» та «масові»? «Квалоїд» то вже не просто гібридна форма – то принципово новий зміст і відмова від інформування про цілі пласти навколишньої дійсності, аж до появи так званих «симулякрів», про які пише Ж. Бодрійяр.

2. Деякі дослідники вважають, що результатом глобалізації в інформаційно-комунікаційній сфері стала принципова трансформація в суспільному житті, зокрема, поява замість «людини соціальної» індустріального суспільства в «людину медійну» в його постіндустріальний період. Чи можна підтвердити цей процес на прикладі Італії?

3. Чи можна вважати диверсифікацію та фрагментацію споживацьких аудиторій прямим наслідком новітніх технологій? Адже сегментацію контенту, а потім і спеціалізацію видань було розпочато ще у 20-і роки минулого століття американським редактором і видавцем Г. Люсом у так званих «часописах новин».

4. В дисертації просто вражаюча джерельна база, але серед інших ЗМІ майже не представлена журнальна періодика. Чи це просто означає, що досліджувані Вами глобалізаційні тенденції у цьому виді журналістики представлені не так очевидно, як в інших?

5. Не можу погодитись з визначенням «інфотейнменту» та «едютейнменту» як жанрів журналістики (с. 17). На мою думку, це особливі прийоми відбору фактів дійсності, їх переосмислення, спрощення та подачі, що можуть бути представлені не лише в інформаційних програмах.

Хочу підкреслити, що мої запитання і зауваження не лише не применшують загального позитивного враження від роботи, а й мають дискусійний характер, бо дослідження А.І. Сімашової справді спонукає до роздумів і пошуків нових шляхів інтерпретації вже знайомих положень.



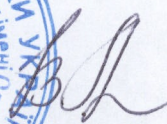
А в результаті ми маємо цілісну, завершену і оригінальну роботу, в якій вдало поєднані практичний і теоретичний аспекти (337 найменувань у списку літератури це засвідчують), яка повністю відповідає усім вимогам п. 11 та п. 13 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 року № 567, які висуваються до кандидатських дисертацій, а її авторка Анастасія Іванівна Сімашова безумовно заслуговує на присудження їй наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики.

Перший офіційний опонент,  
доктор філологічних наук,  
професор, декан факультету  
систем і засобів масової  
комунікації Дніпропетровського  
національного університету  
імені Олеся Гончара



В.Д. Демченко

Вчений секретар  
Дніпропетровського  
національного університету  
імені Олеся Гончара,  
професор



В.В. Лобода