

ОТЗЫВ
Сумской Анны Сергеевны
на диссертацию
Соловьевой Натальи Викторовны
по теме «Медиаобраз забайкальского края в дискурсе СМИ
как инструмент формирования имиджа региона»,
представленную на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Актуальность диссертационного исследования, посвящённого конструированию медиаобраза российского региона в ситуации нарастающего глобального противостояния и сформировавшейся потребности во внутрироссийской консолидации и укрепления общегосударственного суверенитета, не вызывает сомнения.

В настоящее время насущной представляется задача создания национальной модели регулирования контента, включение в нее эффективных региональных практик аксиологического моделирования в массмедиа представлений о регионах России. Учет культурно-исторической памяти регионов в национальной информационной политике может внести существенный вклад в лингвокультурологическое моделирование медиапредставлений о России в целом. В этой связи данное диссертационное исследование является особенно своевременным, а моделирование медиаобраза в имиджевой проекции – актуальной проблемой и перспективной практикой для большинства субъектов Российской Федерации.

Согласны с автором исследования в том, что в условиях цифровизации медиаобраз явления, события, территории формирует нашу реальность (С.7), поэтому восприятие и оценка территории аудиторией происходит посредством медиаобразов (С.12). Мы поддерживаем суждения диссертанта о значимости медиаполя, в котором моделируется медиаобраз, и о том, что ментальное поле нации формируется внутри конкретного единого географического и темпорального пространства (С.102). Представляется убедительным заключение автора о результативности моделирования в зависимости от символических компонентов имиджа территории, предъявляемых аудитории посредством стереотипов, фреймов, концептов-ценностей.

Диссертант справедливо замечает, что «моделирование медиаобраза региона основывается на изучении ценностного аспекта журналистики, характерных черт территории, истории, социально-экономического уклада, структуры населения, традиций, то есть культурного ландшафта территории в имиджевой проекции» (С.3) и, предваряя исследование, доказывает отсутствие до настоящего времени комплексных работ о формировании

информационного пространства региона, в котором участвуют СМИ, органы власти и гражданские структуры Забайкальского края, недостаточность работ о целенаправленном формировании медиаобраза российского региона как инструмента конструирования его имиджа.

В качестве **объекта данного исследования** выступает дискурс федеральных и региональных СМИ о Забайкальском крае, доминирующие потоки которых влияют на создание медиаобраза региона, обуславливающего формирование имиджа территории. **Предметом исследования** является проблема конструирования имиджа Забайкальского края ресурсами медиаобраза территории с использованием соответствующего инструментария журналистики; особенности и структурно-содержательные компоненты моделирования медиаобраза Забайкальского края в дискурсе СМИ (С. 13). Надо заметить, что предмет исследования сформулирован все-таки двояко, может быть переформулирован более конкретно. Тем не менее, диссертационное исследование Н. В. Соловьевой полностью вписывается в круг востребованных современных работ в сфере журналистики и медиакommunikаций.

Содержание работы характеризуется внутренним смысловым единством, диссертацию отличает логичность и системность в формулировке **задач и определении новизны и теоретической значимости исследования.**

Автором выдвигается целевая установка работы – на основе комплексного анализа выявить и дать характеристику компонентам медиаобраза Забайкальского края, способствующим формированию положительного имиджа региона в дискурсе СМИ; осуществить лингвокультурологический анализ доминирующих медиакommunikаций, влияющих на конструирование медиаобраза Забайкальского края (С. 14).

Диссертантом поставлены ряд задач, которые успешно реализованы в процессе исследования.

На основе изучения достаточного объема научной литературы и использования комплекса методологических подходов сформулирован концептуальный аппарат исследования, включивший понятия «медиаобраз», «имидж», «моделирование медиаобраза региона в дискурсе СМИ», «ценности в тележурналистике»; выявлена роль медиаобраза в формировании региональной идентичности; дана характеристика особенностям репрезентации в массмедиа образа территории; выявлены и классифицированы структурно-содержательные компоненты культуры и исторической памяти Забайкальского края, объективированные в медиадискурсе; определены факторы интереса аудитории СМИ, проявляющиеся в культурных особенностях, стереотипах и ценностях жителей региона; установлено соотношение между контентом о Забайкальском крае, который интересуется аудиторию и который предлагают СМИ; реконструирована аксиосфера медиаобраза региона с учётом его историко-культурной специфики; выявлен и проанализирован когнитивный

инструментарий моделирования медиаобраза Забайкальского края, дана его характеристика в рамках картины мира автора и потребителя медиадискурса; разработана типовая модель медиаобраза как значимого элемента в формировании имиджа региона и актуализирована региональная идентичность с одновременным выявлением текстовых техник и типовых стратегий.

Представленные **практические результаты** могут быть интересны профессиональному сообществу, поскольку Н. В. Соловьева доказывает, что «региональные журналисты, являющиеся носителями культурного кода родного социума, репрезентируют духовно-нравственные и культурно-исторические ценности, но подчас делают это хаотично и бессистемно, не соблюдая баланс позитивных и негативных сообщений в информационной повестке» (С. 19). Собственно в исследовании сформулировано идейно-концептуальное поле и способы творческой деятельности журналиста в процессе созданий медиаобраза региона; сформулирована значимость тщательного осмысления культурно-исторических доминант ментального пространства региона, для аудитории которого создается контент.

Н. В. Соловьева предлагает «в профессиональном образовании специалистов в сфере журналистики и связей с общественностью уделить внимание предметам по аксиологии журналистики, культуре и истории, как отдельных регионов, так и Российской Федерации в целом. В учебные планы профильной подготовки важно включать практические занятия по использованию в медиатексте технологий репрезентации конструкторов национального мировидения» (С. 20).

Новизна и теоретическая значимость исследования заключается в выявлении аксиологии региона в соотношении с его имиджевыми составляющими, определении факторов интереса аудитории СМИ в контексте историко-культурных особенностей, стереотипов и ценностей Забайкальского края; разработки медиатопики – списка культурозначимых тем для населения региона; аксиосферы медиаобраза региона с учётом его исторической памяти, аксиологической парадигмы работы с медиаобразом региона «Мотив – Цель – Средства/Инструментарий взаимодействия/воздействия на целевую аудиторию».

Оригинальное авторское видение темы исследования проявляется в актуализации представлений о «территориальной индивидуальности» российских регионов (С. 57), разработке культурной медиакарты территории (С. 165), языковой и ментальной компетентности регионального журналиста (С. 141), выявлении эффективных практик в работе журналиста с исследуемой проблематикой – иммерсивности и персонализации, суждения о национальной модели регулирования контента (С. 111).

В целом научные положения и выводы **обоснованы и аргументированы**. Автор в анализе и формулировке положений опирается на достаточную теоретическую и источниковедческую базу (171 наименование).

Исследование реализовано на основе впечатляющего эмпирического материала: **688** новостных сообщений с лексемой «Забайкальский край» в заголовке или в подводке сообщения на **четырёх** федеральных телевизионных каналах (НТВ, «Россия 1», «Россия 24» (платформа «Смотрим»), Первый канал) в течение года (декабрь 2022 - ноябрь 2023); **2700** медиапроизведений **четырёх** региональных СМИ (ГТРК «Чита», порталов «Чита.ру» и «Заб.ру», газеты «Забайкальский рабочий») в течение трех лет (январь 2022 - ноябрь 2024); **1039** жителей Забайкальского края в возрасте от 16 до 70 лет приняли участие в социологическом опросе на тему «Медиаобраз Забайкальского края» (2021-2022) и **48** профессиональных журналистов ответили на вопросы онлайн-анкетирования на тему «Формирование медиаобраза территории и работа журналиста».

Исследовательская выборка является репрезентативной и достаточной для кандидатской диссертации, а полученные результаты по систематизации культурно-исторических доминант ментального пространства региона могут использоваться редакциями медиа «для повышения репутационных характеристик региона и корректировки представлений и положительных установок как внутренней, так и внешней аудиторий в восприятии Забайкальского края» (С. 22).

Результаты онлайн-анкетирования по выявлению культурозначимых доминант медиаобраза региона, проведенного среди жителей Забайкальского края, апробированы автором диссертации при создании собственного медиапроекта по продвижению туризма в Забайкальском крае «#НеПровинция». Всего подготовлено **33** программы до 20 минут, **14** аудиопрограмм (С. 171). Апробацией можно считать и ценный опыт реализации подобного проекта (телепрограммы «Культурный код» и «Наследие. Города и люди») в Калининградской области, не имеющей такого длительного культурно-исторического прошлого, связанного с Россией как Забайкалье, программ.

Концептуальными и валидными представляются избранные диссертантом **методы исследования**. Теоретико-методологическая основа исследования включила междисциплинарный подход, социокультурный и лингвокультурологический подходы. В работе использованы общетеоретические методы исследования (аналогия, сравнение и обобщение, классификация, типологический анализ), эмпирические методы исследования (наблюдение, контент-анализ, когнитивный анализ, онлайн-анкетирование).

Кроме того, автор указывает, что в работе применены структурно-функциональный подход (С.110), метод моделирования (С. 65), метод исторического анализа (С. 154), метод факторного анализа (С. 110), дискурс-анализ (С. 28). Представляется, стоило указать эти методы в описании методологической основы исследования во Введении.

Диссертация состоит из введения, трёх глав, включающих в общей сложности 9 параграфов, заключения, библиографического списка и 7 приложений.

В первой главе «Медиаобраз в структуре имиджа региона: теоретико-методологические основы изучения» дан анализ основного категориального аппарата исследования; на основе обзора научной литературы и ряда методологических подходов выявлены сущностные характеристики медиаобраза региона в массмедиа для внутреннего и внешнего адресата. Обоснован вывод о том, что медиаобраз регионов России выстаивается подчас спонтанно, преимущественно является результатом бессистемного подхода к имиджевой политике со стороны властей и не совсем эффективной работы СМИ. Обосновывается, что в настоящее время при конструировании медиаобраза территории, как базы создания имиджа региона, используются в основном туристско-рекреационные стратегии.

Во второй главе «Моделирование медиаобраза Забайкальского края в контексте региональной идентичности» автором исследования изучаются подходы к моделированию журналистского текста, специфика лингвокультурологического моделирования современных медиатекстов, подходы к изучению и моделированию медийного образа, констатируется потребность в метрической системе измерений эффективности продвижения имиджа посредством медиаресурсов, приводится действенная модель для создания эффективного медиаобраза территории, которая должна содержать природно-ресурсную, геоэкономическую, социоментальную, цивилизационно-культурную и национально-ценностную характеристики образа территории. В главе сформулирована типовая модель конструирования медиаобраза региона, базирующаяся на традиционных ценностях. Диссертант представил её в аксиологической парадигме «Мотив – Цель – Средства/Инструментарий воздействия на целевую аудиторию».

Н. В. Соловьева доказала, что при конструировании медиаобраза региона в имиджевой проекции целесообразно опираться на ментальные особенности жителей региона, на систему ценностей (духовно-нравственные, культурно-исторические, материальные), которые обеспечивают прочность эмоциональной связи аудитории с происходящими событиями, а ретрансляторами данных ценностей могут быть значимые для аудитории медиафигуры.

Во второй главе диссертант также предлагает аксиологические компоненты медиаобраза Забайкалья. На С. 117 автор указывает результаты контент-анализа забайкальских СМИ, согласно которым журналисты (в первую очередь как носители этих ценностей) репрезентуют в медиапространстве ценности единства, соборности, патриотизма, толерантности, семьи.

В третьей главе «Аксиология медиаобраза Забайкальского края: имиджевый аспект», которая представляется наиболее интересной и значимой для практикующих журналистов, диссертант убедительно доказывает наличие дисбаланса в формировании медиаобраза Забайкалья федеральными и региональными СМИ. Результаты исследования показали, что создаваемый федеральными СМИ медиаобраз региона не выполняет

своей функции продвижения среди аудитории лучших черт региона, а направлен против его положительного имиджа, что отрицательно влияет на инвестиционные, туристические, социально-экономические характеристики территории. Диссертант приводит стереотипные суждения о Забайкалье как о «сырьевом придатке» страны, «каторжной республике», а ведущие типажи героев в федеральном новостном дискурсе – поджигатели, убийцы, насильники, правонарушители, в том числе дети как жертвы действий взрослых.

Автор исследования доказывает, что тональность контента от региональных журналистов, конструирующих медиаобраз Забайкальского края, заметно отличается от тональности материалов федеральных медиаспециалистов, поскольку первые преимущественно транслируют положительный аксиологический модус, ведь они «в большинстве своем апеллируют ценностями территории проживания, вызывая положительную оценку адресата» (С. 182).

В итоге диссертант приходит к убеждению, что аксиология медиадискурса Забайкалья выстроена на многоуровневых ценностях, значимых для жизни края, и включает ценности: Духовно-нравственные, Культурно-исторические, Природные. Аксиологическое измерение фактов в данных плоскостях создаёт коммуникацию Со-Бытия человека, его сопричастности к культурному коду региона (С. 184).

Ключевыми аксиологическими компонентами медиаобраза региона, его своеобразными «местами памяти», идентифицирующими край и забайкальцев является Бутинский дворец, Церковь декабристов, буддийские дацаны и др.; основные природные ценности Забайкальского края: Алханай, урочище «Чарские пески», пещеры Хээтей, горы Кодара и др. К таковым «местам» относятся и традиционные праздники края (Новый год, который отмечают дважды, в том числе и по лунному календарю (Сагаалган), Семейская круговая, Праздник звезды Рихи и др.

В заключении диссертационного исследования подведены итоги, сформулированы основные выводы, обозначены практические рекомендации по дальнейшему изучению проблемы конструирования медиаобраза Забайкалья как инструмента формирования имиджа региона в дискурсе СМИ.

Исследование прошло необходимую апробацию на 11 международных, всероссийских и региональных конференциях. По теме диссертации опубликовано 18 работ, три из них – в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией (ВАК) Министерства образования и науки Российской Федерации, в том числе одна публикация в журнале, индексируемом в наукометрической базе Web of Science.

Аннотация полностью соответствует содержанию диссертации.

В целом диссертация производит очень хорошее впечатление благодаря несомненной заинтересованности автора в предмете исследования. Однако

возникли вопросы в связи с содержанием отдельных аспектов диссертационной работы:

1. На С. 139 диссертант пишет о том, что до недавнего времени ученые констатировали отсутствие в России объединяющей всех общенациональной идеи. Далее автор отмечает, что с началом СВО ценностным ориентиром россиян стало уделяться особое внимание. В медиа принципиально значимым для общества артикулируется сохранность преемственности исторического развития России, «как самобытного государственного образования, как условие преодоления любых испытаний, как фактора формирования народом духовной сферы своего существования и уникальной цивилизации, вошедшей в историю человечества, как российская цивилизация». Как Вы считаете, это и есть ныне объединяющая всех национальная идея России? Как идея сохранности исторической преемственности может и должна быть отражена в национальной информационной политике?
2. Какой вклад имеет данное исследование для развития национально ориентированной медиасистемы России? По сути, проведенная работа может являться примером для трансформации региональной медиаполитики, для региональных журналистов, освещающих событийные мероприятия на местах, а журналисты федеральных СМИ, следуя своей утвержденной редакционной политики, все равно преимущественно «поднимают» в свои выпуски новостную повестку, связанную с чрезвычайными происшествиями, которые, как правило, имеют отрицательный аксиологический модус. Можно ли в таком случае сказать, что федеральный новостной контент, конструируя медиаобраз региона посредством негативных материалов, не способствует сохранности преемственности исторического развития России? Или данная ситуация как раз и требует разработки национальной модели регулирования контента, национальной информационной политики, обязывающей не только региональные медиа, но и федеральные?
3. На С. 178 указано, что, изучая медиаобраз, исследователь придерживалась подхода, согласно которому данные о медиаобразе субъекта собираются посредством речевых продуктов различных фокус-групп, однако в диссертационном исследовании представлены результаты анкетирования 48 профессиональных журналистов и 1039 жителей Забайкалья. Чем объясняется это различие между заявленным подходом и реализованным?

Указанные замечания и вопросы дискуссионного характера не повлияли на целостное благожелательное отношение к диссертационной работе. Автор

предлагает интересное оригинальное исследование по проблеме конструирования медиаобраза Забайкалья в дискурсе СМИ.

Диссертация «Медиаобраз забайкальского края в дискурсе СМИ как инструмент формирования имиджа региона» соответствует паспорту научной специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика и требованиям п.9 Положения о присуждении учёных степеней в УрФУ, а её автор Соловьева Наталья Викторовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

Анна Сергеевна Сумская,
доктор филологических наук (5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика),
доцент, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий,
Уральский гуманитарный институт, ФГАО ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента Б. Н. Ельцина».

28.05.2025

А. С. Сумская

Адрес: 620062, г. Екатеринбург, ул. Ленина, д. 437). (адрес подразделения: ул. Мира, 19)

Телефон: +7 (9...)

E-mail: anna.sumskaia@urfu.ru

Подпись А.С. Сумской

Заверяю

