

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

Топчий Ирины Владимировны

о диссертации Соловьевой Натальи Викторовны на тему
«Медиаобраз Забайкальского края в дискурсе СМИ как инструмент
формирования имиджа региона», представленной на соискание ученой
степени кандидата филологических наук по специальности
5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика

Диссертационная работа Натальи Викторовны Соловьевой выполнена в рамках актуальной научной проблемы – определения роли средств массовой информации в формировании общественного восприятия регионов. Актуальность темы обусловлена рядом факторов, имеющих как теоретическое, так и практическое значение.

Прежде всего, исследование отвечает вызовам времени – усилению влияния медиа на формирование образа территорий в условиях медиатизации общества. Опираясь на исследования отечественных ученых, автор подчеркивает, что медиаобраз региона выступает не просто как описание реальности, а как результат интерпретации событий и явлений средствами массовой информации (параграф 1.1). Изучив все возможные определения медиаобраза, автор решает придерживаться определения, предложенного Е. Г. Малышевой «медиаобраз – репрезентированный в медиатекстах фрагмент информационной (медийной) картины мира; относительно устойчивая, непрерывно развивающаяся виртуальная модель того или иного объекта / явления действительности, конструируемая СМИ, которая как отражает, так и рефреймирует и / или формирует знания и представления адресата» (с. 43). Кроме того, автор указывает: «медиаобраз задается автором, так как является отражением взглядов автора, его собственного видения на то или иное событие/явление и передается реципиенту с помощью различных

символов, то есть за счет определенной концептосферы» (с. 74). Получается, что медиаобраз – это конструкция, а не точное отражение реальности.

Работа также актуальна в контексте усиливающейся конкуренции между регионами за внимание аудитории, инвестиции и туристический поток. Как отмечает Н. В. Соловьева, медиаобраз становится важным инструментом региональной политики, поскольку влияет на привлекательность территории, её узнаваемость и социальный климат. Автор демонстрирует, как через управление ценностями и стереотипами можно влиять на восприятие региона, используя такие медийные приемы, как персонализация, иммерсивность, выбор тональности и другие (параграф 2.3).

Примером практической реализации этих подходов стало проведённое автором исследование собственного медиапроекта «#НеПровинция», направленного на изменение восприятия Забайкальского края как периферийного региона. Реализация проекта показала, что медиаобраз может быть эффективно использован как инструмент продвижения туризма и формирования положительного имиджа (параграф 3.3).

Особое значение имеет исследование в условиях геополитической напряженности и информационных противостояний, где медиаобраз региона становится частью национальной безопасности. Это связано с тем, что он влияет на самоидентификацию населения и формирование отношения к другим регионам и странам (параграф 2.2). Также автор обращает внимание на вопрос духовно-нравственных ценностей, которые стали центральными в медиадискурсе в условиях специальной военной операции.

Кроме того, до настоящего времени не существовало системной методологии формирования медиаобраза региона, несмотря на его влияние на развитие экономической, туристической и социальной сфер. Диссертация Н. В. Соловьевой частично заполняет этот пробел, предлагая аксиологическую парадигму моделирования медиаобраза: «Мотив – Цель – Средства / Инструментарий воздействия на целевую аудиторию» (с. 91),

что позволяет систематизировать подход к созданию и корректировке образа региона. Автором выделены ключевые ценности и стереотипы, влияющие на восприятие региона в медиадискурсе. В работе предложена система культурно-исторических доминант региона, которая может быть использована для целенаправленного формирования медиаобраза как на федеральном, так и на региональном уровнях. В этом заключается научная новизна работы.

Степень научной разработанности проблемы обеспечивается анализом 171 научного источника, включающего работы отечественных и зарубежных авторов из различных научных областей: журналистики, лингвистики, политологии, социологии, когнитивной науки и медиакommunikаций.

Объект исследования – дискурс федеральных и региональных СМИ о Забайкальском крае, доминирующие потоки которого влияют на создание медиаобраза региона, обуславливающего формирование соответствующего имиджа территории (с. 13).

Предмет исследования – 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. 13–14).

Объект и предмет исследования четко определены и логически связаны между собой. Обоснован выбор именно СМИ как основного инструмента формирования медиаобраза, поскольку они играют ключевую роль в конструкции общественного мнения о регионах. Особое внимание уделено не только содержательному наполнению медиаобраза, но и его эмоционально-оценочной составляющей, что позволяет глубже понять механизмы воздействия на восприятие аудитории.

Формулировки цели и задач корректны, логично связаны и направлены на углубленное исследование проблематики. Цель исследования – 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). Цель и девять задач полностью соответствуют заявленной теме и специальности диссертации.

Практическая значимость исследования заключается в том, что автором были разработаны и апробированы модели и методики, которые могут быть использованы как в научной, так и в профессиональной деятельности представителей средств массовой информации, специалистов по связям с общественностью, органов власти и образовательных учреждений.

Для эмпирической проверки гипотез и достижения цели исследования автор опирался на три источника данных: 1) анализ медиатекстов – контент-анализ региональных и федеральных медиатекстов о Забайкальском крае; 2) онлайн-анкетирование жителей Забайкальского края; 3) опрос профессиональных журналистов региональных СМИ Забайкальского края. Интерпретация полученных данных проводилась с помощью факторного и когнитивного методов, что позволило выявить корреляцию между медиаобразом региона и уровнем идентификации населения с ним, а также проанализировать тенденции в создании журналистских материалов. Применение методов когнитивной лингвистики и аксиологии позволило рассмотреть медиаобраз региона не только как коммуникативный феномен, но и как носителя ценностных установок и культурных представлений.

Особый интерес представляет аксиологический подход, предложенный автором, согласно которому медиаобраз региона строится на основе доминирующих ценностей, таких как любовь к родному краю, патриотизм, природоохранная деятельность, культурное разнообразие и другие. Эти ценности становятся основой для формирования устойчивого положительного имиджа территории.

На основе теоретического и эмпирического анализа диссертант разработала типовую модель конструирования медиаобраза региона, которая была апробирована на примере Забайкальского края. Модель предложена в рамках парадигмы «Мотив – Цель – Средства / Инструментарий воздействия на целевую аудиторию» (с. 176). Модель строится с учетом ценностей как когнитивных структур, которые выступают одновременно мотивом, целью и средством коммуникации. Таким образом, ценности становятся центральным элементом всей аксиологической парадигмы.

Язык диссертации соответствует академическому стилю, изложение логично и последовательно. Смысловые связи между главами и параграфами прослеживаются, выводы соответствуют поставленным задачам. Работа завершена обобщающим заключением, в котором подведены итоги исследования и обозначены перспективы дальнейшей работы.

При всех положительных параметрах данной работы возникает ряд вопросов и замечаний:

1. В диссертации подробно описаны механизмы моделирования медиаобраза через ценности и стереотипы, а также приведены примеры формирования образа Забайкальского края как туристически привлекательной территории. Однако вопрос о применимости этой модели к регионам с конфликтными ситуациями, социальной нестабильностью или межэтническими противоречиями остается за рамками исследования. Каким образом предложенная модель формирования медиаобраза региона может быть применена к территориям с противоречивой или конфликтной повесткой (например, в условиях межэтнического напряжения или политической нестабильности)?

2. В работе подчеркивается эффективность таких приемов, как иммерсивность и персонализация медиатекста на примере реализованного автором проекта «#НеПровинция». Однако не рассматриваются потенциальные ограничения этих подходов. Например, таких как снижение

внимания аудитории из-за переизбытка информации; эффект «медийной усталости»; низкая вовлеченность в долгосрочной перспективе; сложность масштабирования локальных историй на федеральный уровень. Каковы ограничения использования иммерсивных и персонализированных медийных форматов при формировании медиаобраза региона, особенно в условиях информационного шума и цифрового перенасыщения аудитории?

3. Современное медиапространство стремительно трансформируется под влиянием цифровых технологий, где ключевую роль играют не только профессиональные журналисты, но и пользовательский контент, социальные сети, алгоритмы рекомендаций и т. д. В этих условиях формирование медиаобраза региона становится децентрализованным процессом, в котором контроль над повесткой и нарративами ограничен, а влияние на общественное мнение распределено между множеством акторов – от блогеров до онлайн-сообществ. Каким образом предложенная модель конструирования медиаобраза региона может быть адаптирована для использования в цифровых и социальных медиа, где доминируют пользовательские нарративы и алгоритмическое распространение информации? Какие элементы модели могут сохранить свою релевантность, а какие потребуют пересмотра или дополнения с учетом специфики децентрализованного цифрового медиапространства?

Однако, указанные замечания и вопросы не снижают ценности представленной работы и достоверности полученных автором результатов. Автореферат полно отражает содержание представленного к защите исследования. Работа прошла достойную апробацию – автор представлял фрагменты исследования на 11 конференциях различного уровня и опубликовала 19 научных статей.

Работа Н. В. Соловьевой «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 автор – Соловьева Наталья Викторовна – заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

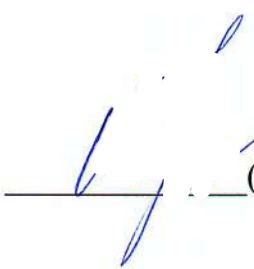
Топчий Ирина Владимировна,

кандидат филологических наук,

доцент кафедры медиапроизводства

Челябинского государственного университета

09.06.2025

 (И.В. Топчий)

Данные о составителе отзыва:

10.01.10 – Журналистика

ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»,

Адрес: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129

Телефон: +7 (351) 755-11-33

E-mail: odou@csu.ru


удостоверяю 
ведущий специалист