

ОТЗЫВ

об автореферате 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 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Работа выполнена на высоком научном уровне, демонстрирует глубокое понимание как теоретических, так и практических аспектов рассматриваемой проблемы. Представленная к обсуждению диссертация представляет собой научно-квалификационную работу, актуальность которой не вызывает сомнений, поскольку содержит решение важной научной задачи, связанной с обоснованием использования аксиологического подхода как базового аналитико-методологического основания для исследования возможностей медийного ресурса в формировании и продвижении имиджа территорий. В работе Н.В. Соловьевой используются категориальный аппарат и подходы когнитивной лингвистики, которые позволяют изучать и описывать медиаобраз территории ресурсами аксиологии (С.18).

Задачи в целом решены: определены ключевые характеристики медиаобраза Забайкальского края; проанализированы факторы, влияющие на формирование ценностных ориентиров жителей изучаемой территории, их интерес к медийным материалам о Забайкальском крае; сформирована медиатопика региона; предложены концепты и направления дальнейших исследований; проведен структурный анализ параметров, каналов и инструментов формирования медиаобраза края; реконструирована аксиосфера медиаобраза с учетом историко-культурной специфики.

Достоинство работы в том, что автор сосредоточился не только на туристической дестинации, а рассмотрел проблемы в широком контексте. Научный интерес представляет анализ репрезентации Забайкальского края в контексте современных политических, экономических и социокультурных процессов (проект «Непровинция»).

Исследование ведется с верных методологических позиций, поднимается проблема конструирования имиджа Забайкальского края с использованием ресурсов журналистики. Автор диссертации рассматривает медиаобраз как феномен медиадискурса, получающий воплощение в поликодовом измерении и «трансформируется в сознании реципиента посредством различных когнитивных структур» (С. 4). Медиаобраз рассматривается как важный инструмент развития территорий. Целенаправленное конструирование образа невозможно без использования ценностного компонента в его структуре. Ценности формируют мировоззрение, поведение и социальные связи. Категории «ценности» становятся базовыми в философии, социологии, психологии и культурологии, не случайно в кандидатской диссертации использует подходы перечисленных научных направлений.

Важным вкладом в развитие проблемы является предложенная типовая модель медиаобраза, актуализирующая региональную идентичность.

Содержание автореферата Н. В. Соловьевой позволяет охарактеризовать новизну проведенного исследования: автором раскрыта крупная научная проблема

моделирования медиаобраза региона в дискурсе СМИ, способного влиять на конструирование эффективного имиджа территории. Автором кандидатской диссертации предложена аксиологическая парадигма работы с медиаобразом региона «Мотив – Цель – Средства / Инструментарий воздействия на целевую аудиторию с помощью трансляции культурных и исторических ценностей. В качестве эффективных инструментов ретрансляции традиционных ценностей в медиадискурсе автором диссертационной работы определены приёмы иммерсивности и персонализации. Сформулировано идейно-концептуальное поле и способы творческой деятельности авторов в процессе создания медиаобраза региона. Исследование ведется на широкой методологической базе, использовано более 170 научных источников.

Отмеченные научные результаты позволили Н. В. Соловьевой всесторонне показать значение ценностей не только в конструировании медиаобраза территории, но и формировании региональной идентичности. В круге обсуждаемых в медиа проблем оказываются: смысл существования, необходимость/бесполезность саморазвития, отношение к семейным ценностям и родной земле, реакция на социально-политические события, происходящие в стране и мир, – все, что представляет собой единая рефлексия людей, живущих на одной территории (С.22), взаимодействующие в едином социокультурном пространстве.

Материалы диссертации обладают теоретической значимостью: они могут быть продуктивно использованы в разработке новых подходов к проблеме моделирования медиаобраза в контексте региональной и национальной идентичности в рамках единой национальной медиасистемы, а также в формулировании эффективных инструментов моделирования медиаобраза региона, обладающего потенциалом необходимого воздействия на внутреннюю и внешнюю аудиторию в системе продвижения имиджа территории.

Достоверность полученных научных результатов определяется многоаспектностью и глубиной анализа эмпирического материала, основу которого составляют информационные сообщения федеральных и региональных телевизионных компаний (всего 3000 медиасообщений). Содержание автореферата диссертации свидетельствует о том, что Н.В. Соловьева изучила большой пласт журналистских работ, провела углубленное исследование, охватывающее широкий спектр мнений, собранных посредством опросов профессиональных журналистов и онлайн-анкетирования среди населения Забайкальского края. Выборка репрезентативна. Применение различных **методов** сбора данных (дискурс-анализ, контент-анализ телепередач; опрос журналистов; интернет-анкетирование аудитории) позволило получить всесторонний анализ исследуемой темы. В результате были выявлены ключевые тенденции и особенности отношения жителей Забайкальского края к территории проживания.

Представлен уникальный эмпирический материал, собранный в результате практической деятельности автора диссертации. Реализация собственных телевизионных проектов с учетом полученных в рамках исследования данных заслуживает отдельной оценки. Автор доказывает эффективность ценностей как инструментария конструирования медиаобраза и показывает наиболее успешные

приемы внедрения ценностей в контекст медиапроизведения, основными из которых являются иммерсивность и персонализация.

В качестве эмпирической базы использовались ведущие российские телевизионные каналы и ведущие Забайкальские СМИ.

Изложение текста грамотное, структурированное, соблюдается необходимая для исследовательского проекта стилистика. Исследование содержит совокупность новых результатов и положений, выдвигаемых для защиты, имеет внутреннее единство и свидетельствует о личном вкладе автора в филологическую науку.

В ходе изучения автореферата у автора отзыва возникли следующие размышления и вытекающие из них вопросы:

1. Возможно ли проанализировать и сконструировать модель медиаобраза региона, опираясь только на дискурс профессиональных СМИ?
2. Как автор диссертации видит на практике внедрение результатов своей научной работы не только в реализации собственных проектов, но и в процесс конструирования медиаобраза региона силами различных общественных институтов?

Эти вопросы носят уточняющий характер и ни коим образом не влияют на общую концепцию исследования и самое положительное впечатление о нем.

Все изложенное выше позволяет сделать вывод о том, что 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.

доктор политических наук, профессор кафедры
цифровых медиакоммуникаций «Вышей школы
журналистики и массовых коммуникаций» Федерального
государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский
государственный университет», профессор,
академик Российской академии естественных наук (РАЕН);
Почетный работник высшей школы и среднего образования.
(199004, г. Санкт-Петербург, ул. 1-я линия Васильевского острова, д. 26.
тел. 8 (812) 36-36-111);
E-mail: pr.dept@jf.pu.ru; director.journ@spbu.ru

5.06.2025
Сергеевна

Мельник Галина

Личную подпись

ЗАВЕРШЕНО

ЗАМЕСТИТЕЛЬ НАЧАЛЬНИКА
УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВ



05.06.2025