

**УТВЕРЖДАЮ:**

Ректор ФГБОУ ДПО

«Академия медиаиндустрии»

К.К. Огнев

2014 г.



## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии»**

Диссертация «Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России (на примере телеканала RT - Russia Today)» выполнена на кафедре тележурналистики Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии».

В период подготовки диссертации соискатель **Соломатин Алексей Николаевич** работал в должности советника Главного редактора телеканала RT. Юрист по первому образованию, А.Н. Соломатин в 2005 году получил диплом о втором высшем образовании в ФГБОУ ВПО «Российский государственный гуманитарный университет» по специальности «связи с общественностью», а в 2012 году прошёл профессиональную переподготовку в ФГБОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по программе «Тележурналистика».

В октябре 2012 года прикрепился соискателем в аспирантуру ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» по специальности 10.01.01 – журналистика.

Удостоверение о сдаче кандидатских экзаменов выдано в 2014 году ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Научный руководитель – доктор социологических наук, профессор **Дугин Евгений Яковлевич**, заведующий кафедрой тележурналистики ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», г. Москва.

**По результатам рассмотрения диссертации «Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России (на примере телеканала RT - Russia Today)» принято следующее заключение:**

В диссертации Соломатина А.Н. «Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России (на примере телеканала RT – Russia Today)» рассматривается внешнеполитический имидж России как информационный продукт целенаправленной деятельности властных структур, преломляющийся через массовое сознание зарубежной аудитории с помощью различных информационно-коммуникативных средств, в частности телеканала RT – Russia Today (далее RT).

Подчёркивается, что коммуникативная стратегия телеканала RT ранее не была предметом специального исследования, отсутствовало теоретическое осмысление обширного эмпирического материала о его деятельности. Несмотря на то, что телеканал располагает солидной базой данных о своей зарубежной аудитории, до сих пор не было предпринято попыток проанализировать и ввести в научный оборот результаты опросов, проведённых зарубежными компаниями по изучению общественного мнения.

Обосновывается, что распространение телекоммуникационных технологий, их освоение населением и динамичный рост сети «коммуникативных сообществ» приобретает характер глобальной информационно-коммуникативной революции, и требует выработки адекватных коммуникативных стратегий, т.е. концептуально обоснованных намерений институтов власти и управления.

Доказывается, что эффективность телеканала RT как проводника российского взгляда на мировые проблемы, определяется коммуникативными стратегиями, альтернативными устоявшемуся англосаксонскому взгляду на мир, и предоставлением зарубежной аудитории российской оценки событий.

Рассмотрены теоретико-методологические положения, отечественные и зарубежные теории и концептуальные подходы, направленные на выявление роли и значения информационно-коммуникативных каналов в формировании имиджа государства, а также уточнён понятийный аппарат анализа содержания, форматов, жанров и методов работы телеканала RT по нейтрализации негативного представления о нашей стране в мировом общественном мнении.

Проанализирована типология коммуникативных стратегий RT, изучены формы и методы взаимодействия с другими телекомпаниями и информационными ресурсами, предложены пути оптимизации коммуникативных стратегий канала.

Доказано, что, несмотря на стремительное развитие информационных технологий, телевидение остаётся основным производителем контента, а подключаемые к глобальной сети Интернет разновидности компьютера следует рассматривать в качестве условий «обратной связи» и дополнительных средств доставки телевизионной продукции различным группам аудитории.

На основе результатов замеров общественного мнения выявлены популярность телеканала RT и эффективность его влияния на целевую аудиторию зарубежных стран.

Исследование представляет собой самостоятельный, методологически обоснованный труд, отличающийся четкой логической структурой.

Содержание диссертации А.Н. Соломатина соответствует целям и задачам, обозначенным в научном исследовании.

*В первой главе «Теоретико-методологическое обоснование исследования имиджа России»* рассматриваются основные научные парадигмы изучения государственного имиджа, обобщаются исторические предпосылки, теоретические и методологические подходы к проблеме формирования образа страны средствами массовой информации, вводятся ключевые понятия и термины «имидж государства», «коммуникативная стратегия», «редакционная политика», «имиджевая стратегия» и др.

*Во второй главе «Телеканал RT – Russia Today в государственной информационной политике формирования имиджа России за рубежом»* изучен комплекс вопросов, связанных с информационной составляющей внешней политики государства. Проведены периодизация и анализ трансформации государственной политики по улучшению образа страны на международной арене. Определены место и роль RT в системе основных мировых телевизионных компаний, выявлены типологические особенности, жанрово-тематическая структура передач, а также формы и методы работы телеканала.

*В третьей главе «Анализ эффективности телеканала RT – Russia Today по созданию и продвижению внешнеполитического имиджа России»* анализируется эффективность коммуникативных стратегий в преодолении сложившихся в мировом общественном мнении мифов и стереотипов о России в условиях острой конкуренции и информационных войн. На основе принципа историзма исследуются этапы зарождения и развития мирового общественного мнения о России. Рассматриваются различные способы взаимодействия с целевой аудиторией в условиях жёсткой конкуренции с другими международными информационными каналами.

В исследовании полностью подтверждены научные гипотезы и теоретические положения, выдвинутые диссертантом, что позволяет считать их доказанными и аргументированными.

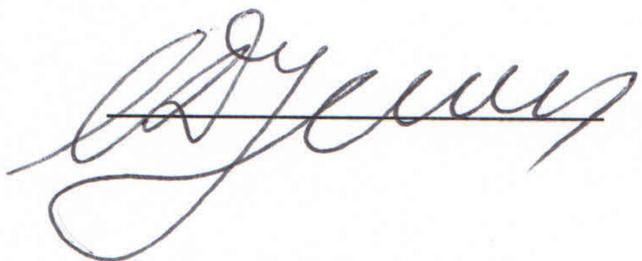
Автор опубликовал по теме диссертации 5 статей общим объемом 4,5 п.л., включая 3 публикации в научных журналах из списка ВАК. Опубликованные работы всесторонне раскрывают содержание диссертации.

Диссертантом учтены все замечания и предложения, высказанные во время предыдущих обсуждений работы на кафедре.

**Диссертация «Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России (на примере телеканала RT - Russia Today)» Соломатина Алексея Николаевича** рекомендуется к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Заключение принято на заседании кафедры тележурналистики ФГБОУ ДПО «Академия медиандустрии».

Присутствовало на заседании 9 человек. Результаты голосования: «за» – 9 человек, «против» – нет, «воздержавшихся» – нет, протокол № 2 от 20 марта 2014 года.



**Дугин Евгений Яковлевич,**  
доктор социологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой тележурналистики  
ФГБОУ ДПО «Академия медиандустрии»