

Утверждаю:

Проректор по НИР
ФГБОУ ВПО

«Курский государственный
университет»
Логинов С.П.

«

2015 г.



**ОТЗЫВ
ведущей организации
на диссертацию**

Варламовой Ирины Владимировны

**«Формирование современного образа республики средствами массовой
информации Чувашии»,
представленной на соискание ученой степени кандидата
филологических наук
по специальности 10.01.10 – журналистика**

Известно, что репутационный капитал различных организационных объединений – будь то государство, территориальная локальная общность, организация – складывается из материальных и нематериальных активов, а влияние последних неуклонно возрастает. Одним из значительных нематериальных активов является целенаправленно создаваемый и внедряемый в общественное сознание образ территориального пространства, конструирование которого подчинено решению конкретных социально-экономических задач.

Диссертант в своей работе акцентирует внимание на СМИ, которые играют одну из ведущих ролей в формировании образа территории, поскольку выступают не только субъектом этого процесса, но и средством реализации информационно-коммуникативной политики, инструментом имплантации в массовое сознание образных представлений. Однако следует согласиться с автором: «до сих пор специфика участия СМИ в процессе создания территориальных образов остается проблемой малоисследованной. Практически неизученным остается и образ Чувашии» (с. 3). Между тем, образ территории, который они конструируют, сегодня вполне можно

назвать своеобразным «идентификационным паспортом», средством представления и продвижения республики, символически демонстрирующим конкретные характеристики социокультурного и политико-экономического развития края как на национальной, так и на международной арене. Поэтому изучение этого процесса сегодня становится актуальным; оно основано на понимании, какие материальные дивиденды может принести устойчивый во времени, положительно конnotативно заряженный территориальный образ. Формирование позитивного образа является важнейшим условием эффективного функционирования и развития обозначенной республики.

Известный отечественный психолог Д.А. Леонтьев, анализируя ряд мифов, сложившихся в области формирования имиджа, и разбирая третий миф, в соответствии с которым нельзя отложить формирование имиджа на будущее, а пока заниматься другими вещами, утверждал, «что это иллюзия, поскольку образ в любом случае складывается в сознании людей». Если формирование образа не ведется (статья «От образа к имиджу: психосемантический брэндинг»), то он может оказаться совершенно непрогнозируемым, что неминуемо повлечет за собой негативные последствия.

Автор работы совершенно прав, утверждая, что «без четкого определения основных элементов, формирующих сложносочиненную систему современного образа Чувашии, трудно судить об эффективности ее позиционирования в рамках медиасреды, а также малоэффективно предпринимать действия по корректировке или усилению существующего образа» (с. 5). Развивая эту мысль, диссертант отмечает, что вопрос о том, насколько эффективно ведется геоимиджевая кампания Чувашии в медиапространстве, которое сегодня во многом символически моделирует и модерирует идеологическую среду, формирует систему социальных ожиданий, довлеет над общественным мнением и воздействует на массовое сознание, до сих пор остается открытым. В связи с этим актуальной становится необходимость научного, комплексного анализа современного

образа Чувашии, формируемого республиканскими средствами массовой информации.

Актуальность проблемы позволила автору сформулировать предмет исследования – «образ Чувашской Республики, который когнитивно моделируют, выстраивают и закрепляют в массовом сознании республиканские СМИ». Отсюда и цель работы: «анализ материалов ведущих республиканских средств массовой информации, в части выявления основных тем, направлений, приемов, в комплексе формирующих современный образ Чувашии». Руководствуясь целью работы, диссертант последовательно решает ряд взаимосвязанных задач: рассмотреть образ республики как репутационный капитал, формирующийся при участии СМИ; выделить содержательные характеристики образа, основные тематические направления, участвующие в моделировании образа республики; выяснить, при помощи каких лексических приемов строится образ современной Чувашии; сверить проективный вариант образа Чувашской Республики, продвигаемый местными властями, с реальным аналогом.

В результате проведенного научного изыскания выявлены факторы, влияющие на восприятие образа территориального пространства, уточнены элементы когнитивной структуры образа республики, трансляция и тиражирование которых средствами массовой информации способны обеспечить ей социально-рентабельную репутацию на уровне республики, Российской Федерации, за рубежом.

Структура представленной диссертации соответствует общей цели и задачам. Основная ее часть состоит из трех глав, каждая из которых включает несколько параграфов. Сочетая теоретическую глубину погружения в проблему с опорой на свой богатый опыт работы в журналистике, диссертант последовательно и умело решает поставленные задачи.

Первая глава посвящена истории возникновения и становления института средств массовой информации Чувашии как субъекта

деятельности по формированию образа территории. Описываются специфика, основные тенденции функционирования и развития рынка национальных масс-медиа. Автор приходит к выводу, что СМИ Чувашии являются ведущим инструментом формирования и закрепления в массовом сознании образа Чувашской Республики: «При этом, несмотря на бурное развитие умножающих свою популярность электронных СМИ, в Чувашии в процессе конструирования территориального образа не утратившая востребованности прессы играет одну из важных ролей» (с.43).

Во *второй главе* образ Чувашии впервые рассматривается как репутационный капитал, формирующийся при участии СМИ. Определяются параметры, которые способствуют повышению эффективности восприятия образа территории в условиях насыщенной информационной среды и «принятия» его целевой аудиторией. Выделяются содержательные характеристики образа. Это позволяет автору обозначить условия успешного представления республики среди других пространственных зон не только на национальном уровне, но и в глобальном масштабе.

Образ республики, отмечает диссертант, «должен обладать символически выраженным «базисом» и «надстройкой», базирующимися на глобальной инклюзивной противопоставленности его характеристик» (с.76). Совершенно справедливо, что «конкурентоспособный» пространственный образ необходимо выстраивать на фундаменте национально-культурного своеобразия с опорой на общепринятый в рамках глобальной экономической системы тип рациональности.

Третья глава исследует масс-медиа и тиражируемые ими новости как инструмент формирования образа территории. По результатам анализа 2,5 тыс. публикаций ведущих общественно-политических изданий республики за период с 2001 года по 2015 год выделяются основные тематические направления, в комплексе формирующие современный образ республики. Здесь же продемонстрированы и проанализированы изменения, которым подвергся образ Чувашии с начала XXI века.

Проведенный диссидентом анализ показал, что формируемый республиканскими властями имидж Чувашии довольно близок к медийному образу, создаваемому текущими публикациями СМИ. В связи с этим информационную стратегию республиканских властей можно называть эффективной. Однако, отмечает автор, не все продвигаемые институтами власти образы нашли отражение на страницах печати, а «некоторые противоречат тиражируемым в имиджевых фильмах установкам, что говорит о некоторых упущениях пиар-кампании. К упущенням в информационной кампании правительства Чувашии диссидент относит то, что «прогноз республиканского будущего, как и локальные стратегические планы, применительно к различным отраслям экономики, в текстах остаются несформулированными» (с. 167). К недостаткам автор относит и то, что значительная часть материалов СМИ сосредоточивает свое внимание на деятельности представителей власти. Это фактически способствует формированию их образа, нежели созданию социально одобряемого, привлекательного для жителей образа края. С этим выводом нельзя не согласиться.

Автор определяет, что презентация Чувашской Республики в средствах массовой информации осуществляется в рамках концентрической стратегии позиционирования. Она начинает приобретать гиперболизированные формы и находит отражение в представлении республики «сердцем Волги», «центром», «сердцем страны» и т.д., что, безусловно, является преувеличением, явно диссонирующим с действительностью. «Наращивание числа таких несоответствий в дальнейшем может ставить под сомнение реалистичность всей образной композиции», замечает автор на с. 173.

Из всего отмеченного нами становится понятно, что принципиальных вопросов диссидентская работа И.В. Варламовой не вызывает. Однако следует сделать несколько замечаний общего характера. Так, к области недостатков можно отнести неравномерность распределения содержания по главам. Основные смыслы заложены во второй и третьей главах (о путях и

приемах создания образа республики), они находятся во второй половине работы. Зато в первой части подробно представлен историко-описательный очерк о создании и развитии СМИ республики, разработке тех или иных концепций образа (имиджа). Страдает и архитектоника работы. На наш взгляд, эклектична лексика: употребляются лингвистические, философские, экономические и пиар-термины. Нет единого филологического стиля, так как автор увлекается иноязычными терминами (это видно в выводах второй главы).

И все же, отмеченные недостатки не снижают практическую ценность работы и не влияют на обоснованность защищаемых положений.

Диссертационная работа И.В. Варламовой выполнена на высоком научном уровне. Результатом исследования является решение важной задачи актуального направления в журналистике. Представленные выводы можно классифицировать как новые, аргументированные и имеющие большое практическое и научное значение.

Объем библиографии соответствует предъявляемым к подобным работам требованиям.

Автореферат соответствует основному содержанию диссертации.

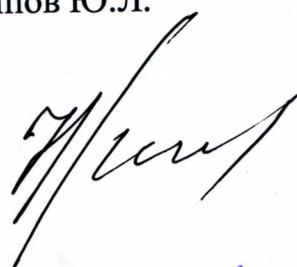
Диссертация «Формирование современного образа республики средствами массовой информации Чувашии» отвечает всем формальным требованиям ВАК РФ, предъявляемым к трудам подобного рода (п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней»), и вносит вклад в современную журналистскую науку.

Автор данного исследования Ирина Владимировна Варламова заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Отзыв подготовлен кандидатом филологических наук, доцентом кафедры теории и практики журналистской работы Курского государственного университета Сафоновой Т.В.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры теории и практики журналистской работы ФГБОУ ВПО «Курский государственный университет» (305000, г. Курск, ул. Радищева, 33; тел.: (4712) 700969; эл. адрес: filfakkur@yandex.ru) 28 мая 2015 года, протокол № 9.

Заведующий кафедрой теории и практики журналистской работы КГУ, кандидат филологических наук, доцент Филиппов Ю.Л.



28.05.2015

