

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ  
ЭКСПЕРТНОЙ КОМИССИИ  
по диссертации Дарьи Сергеевны Кадачиговой  
«Формирование в СМИ положительного имиджа региона  
(на примере Камчатского края)»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата  
филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика**

Комиссия в составе – Кравцов В.В., доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры печати и новых медиа; Ефимова Н.Н., доктор искусствоведения, профессор, профессор кафедры инновационных технологий; Самарцев О.Р., доктор филологических наук, профессор кафедры телевидения и радиовещания – проанализировала диссертационную работу Д.С. Кадачиговой и пришла к следующему заключению.

Представленная диссертационная работа представляет собой самостоятельно выполненную автором научно-квалификационную работу, результаты которой обеспечивают решение важных теоретических и прикладных задач, является исследованием и комплексным анализом теоретических, структурно-содержательных, коммуникативных и медиасоставляющих деятельности региональных СМИ в формировании позитивного имиджа Камчатского края.

В работе выдвигается и подтверждается гипотеза о том, что местные СМИ играют существенную роль в формировании и продвижении пространственно-территориального имиджа; имидж характеризуется сложной структурой, взаимосвязанной со стратегией социально-экономического и социокультурного развития административно-территориального образования; для формирования и продвижения пространственно-территориального имиджа необходимо разрабатывать научно обоснованные коммуникативные стратегии деятельности СМИ, которые включают в себя тематико-жанровую определенность, изобразительно-выразительные средства и адресную направленность на целевую аудиторию; положительный имидж региона необходимо

формировать на основе научных представлений о культурном коде и моделях поведения местного населения. Предполагается, что смысловой конструкт построения коммуникативного и культурного кода представляет собой наиболее эффективный способ формирования имиджа региона в массовом сознании жителей края и зарубежья.

**Актуальность** своего исследования соискатель обосновала следующими факторами. Последние годы отмечены пониманием значимости формирования имиджа в целях инвестиционной привлекательности Камчатки со стороны местных структур власти и управления. Правительством Камчатского края в 2017 году одобрена «Стратегия социально-экономического развития Камчатского края до 2030 года», в рамках которой разработаны информационные механизмы ее реализации, в частности, «Концепция имиджевой политики Камчатского края». Задачами являются привлечение инвестиционных, трудовых и других ресурсов и позиционирование Камчатки как региона, благоприятного и перспективного для бизнеса. В «Стратегии» выдвинута задача повышения информированности потенциальных инвесторов об имеющихся в Камчатском крае возможностях для вложения средств, создание и ведение банка данных, организация активного продвижения положительного имиджа региона с помощью организации выставок, аукционов, фестивалей. В создании и продвижении имиджа территории существенную роль играют местные средства массовой информации, новые медиа (социальные сети, видеохостинги, мессенджеры, онлайн-СМИ и т.п.), которые хорошо осведомлены о сильных и слабых сторонах социально-экономической ситуации в регионе.

Кроме того, актуальность настоящего исследования обусловлена уникальными возможностями Камчатского края, которые пока не в полной мере находят отображение на страницах газет, в передачах телевидения и радио, в медиaprостранстве региона, страны и за рубежом. В научных исследованиях журналистики и связей с общественностью недостаточно

изучены коммуникативные стратегии формирования имиджа региона. Специфический характер формирования пространственно-территориального имиджа местными средствами массовой информации остается малоизученной проблемой, которая до настоящего времени не становилась предметом системного, комплексного научного исследования.

Актуальность диссертационного исследования обусловлена также тем, что в современных условиях развитие регионов является одним из приоритетных направлений социально-экономической модернизации страны. Необходимость формирования регионального имиджа актуализируется в связи с административно-политическими преобразованиями в сфере управления обширными территориями, требующими упорядочения и структурирования коммуникативных, политико-географических, территориальных образов регионов, как неотъемлемой составляющей федерального государства.

**Научная новизна исследования** выражается во впервые предпринятой попытке комплексного анализа теоретических, структурно-содержательных, коммуникативных и медиасоставляющих деятельности региональных СМИ в формировании позитивного имиджа Камчатского края. Предложены научные определения понятий «коммуникативные стратегии», «доминантные маркеры регионального имиджа» по разным критериям (проблемно-тематические, стилистические и жанрово-тематические особенности и способы подачи информации, направленность на разные сегменты аудитории и коммуникативные сообщества и др.). Автором диссертации доказано, что формированию и продвижению положительного пространственно-территориального имиджа способствуют научно обоснованные коммуникативные стратегии деятельности СМИ, учитывающие особенности социально-экономического, социокультурного развития региона, а также целевые установки, тематико-жанровую определенность, адресную направленность и изобразительно - выразительные средства публикаций. Кроме этого доказано, что в рыночных

условиях коммуникативные сообщества интернет-изданий и социальных сетей становятся «валютой» современных медиакоммуникаций в большей степени, чем традиционная реклама. Наряду с профессиональными журналистами аудитория все активнее участвует в содержательном наполнении сайтов региональных газет, интернет-изданий и передач телерадиокомпаний, способствует созданию и продвижению позитивного пространственно-территориального имиджа.

**Теоретическая значимость исследования** заключается во впервые проведенном комплексном анализе факторов и условий, влияющих на формирование и продвижение имиджа региона местными средствами массовой информации, обоснованы коммуникативные стратегии имиджевой политики Камчатского края. Пространственно-территориальный имидж региона представлен в диссертации в качестве нематериального ресурса, способствующего реализации «Стратегии социально-экономического развития Камчатского края до 2030 года» и «Концепции имиджевой политики Камчатского края». Разработанную в диссертации когнитивную модель рационально - проектного содержания можно рассматривать как приращение теоретико-методологического знания в сфере создания позитивных пространственно-территориальных образов, их продвижения средствами массовой информации и новыми медиа. В работе выявлены новые эмпирические данные теоретического уровня, которые составили основу концептуального методологического конструкта исследования позитивного имиджа Камчатского края, что может быть использовано в качестве новых подходов для формирования имиджа в других регионах страны.

**Практическая значимость исследования** определяется тем, что полученные результаты могут быть использованы в целях формирования регионального имиджа Камчатского края в средствах массовой информации. Материалы исследования могут быть использованы в подготовке учебно-методических пособий, в разработке образовательных программ для

обучения журналистов на курсах повышения квалификации и переподготовки кадров медиаиндустрии и государственных служащих.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложения.

*В первой главе* «Теоретико-методологические основы формирования имиджа региона» проводится анализ формирования пространственно-территориального имиджа, выработка путей решения посредством теоретического, методологического обоснования предмета и понятийного аппарата исследования. В частности, рассматриваются ключевые понятия «имидж» и «образ» региона. Представлено описание социально-географического положения Камчатского края, анализируются условия и факторы, оказывающие влияние на развитие социально - экономического, социокультурного потенциала региона.

*Во второй главе* «Функциональные элементы информационно – коммуникативных технологий формирования имиджа пространственно-территориального субъекта» основное внимание уделяется исследованию механизма создания пространственно-территориального имиджа Камчатского края. В частности, рассматриваются методы, способы и приемы информационно – коммуникативных технологий, способствующие формированию положительного имиджа региона.

*В третьей главе* «Коммуникативные стратегии формирования имиджа Камчатского края в СМИ» показан механизм создания информационно-смысловых ориентиров в процессе реализации пространственно-территориального имиджа региона. Автор придерживается следующего определения коммуникативных стратегий: «совокупность политических, законодательных, идеологических, управленческих, содержательных, технологических мер, направленных на удовлетворение информационных, коммуникативных, познавательных и культурных запросов аудитории, а также интересов структур власти и управления средствами информационно-коммуникативных медиасистем».

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

Автор опубликовала по теме диссертации 4 статьи в научных журналах из списка ВАК.

Практическая, теоретическая значимость работы и апробация исследования подтверждают соответствие диссертации паспорту специальности 10.01.10 – журналистика. Диссертационная работа представляет собой законченное научно-квалификационное исследование, выполненное в соответствии требованиям, предъявляемым «Положением о порядке присуждения ученых степеней», утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации №842 от 24 сентября 2013 г. (в редакции от 26.05.2020г.). Д.С. Кадачигова заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

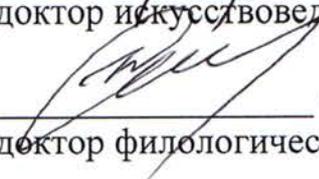
Экспертная комиссия рекомендует принять диссертацию Дарьи Сергеевны Кадачиговой «Формирование в СМИ положительного имиджа региона (на примере Камчатского края)» к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

**Председатель экспертной комиссии:**

  
\_\_\_\_\_ Кравцов В.В.,  
доктор филологических наук, доцент

**Члены экспертной комиссии:**

  
\_\_\_\_\_ Ефимова Н.Н.,  
доктор искусствоведения, профессор

  
\_\_\_\_\_ Самарцев О.Р.,  
доктор филологических наук