

**ОТЗЫВ
ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА
АЛЕКСЕЯ НИКОЛАЕВИЧА СОЛОМАТИНА**

**НА ДИССЕРТАЦИОННУЮ РАБОТУ
КАДАЧИГОВОЙ ДАРЬИ СЕРГЕЕВНЫ
НА ТЕМУ «ФОРМИРОВАНИЕ В СМИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО
ИМИДЖА РЕГИОНА» (НА ПРИМЕРЕ КАМЧАТСКОГО КРАЯ),
ПРЕДСТАВЛЕННОЙ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУК ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
10.01.10 – ЖУРНАЛИСТИКА**

Актуальность темы диссертационного исследования обуславливается многими факторами. Несмотря на разнообразие ресурсов, Камчатка традиционно рассматривается в массовом сознании как удаленный от федерального центра рыбопромышленный регион с неблагоприятными природно-климатическими условиями для проживания, что существенно снижает инвестиционную привлекательность региона. Для преодоления отмеченных негативных условий и факторов формирования образа Камчатки необходимы научно-обоснованные коммуникативные стратегии деятельности средств массовой информации по созданию и продвижению имиджа края.

Последние годы отмечены пониманием значимости формирования имиджа в целях инвестиционной привлекательности Камчатки местными структурами власти и управления. Правительство Камчатского края одобрило «Стратегию социально-экономического развития Камчатского края до 2030 года», в рамках которой разработаны информационные механизмы её реализации, в частности, «Концепция имиджевой политики Камчатского края», задачей которой является 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, создания и ведения банка данных,

организации активного продвижения имиджа региона с помощью организации выставок, аукционов, фестивалей.

В создании и продвижении имиджа территории существенную роль играют местные средства массовой информации, которые хорошо осведомлены о сильных и слабых сторонах социально-экономической ситуации в регионе. Согласно социологическим опросам около 43% россиян получают информацию из интернета. Вместе с тем, к печатным версиям газет, эфирным телеканалам и радио сохраняют внимание 75% опрошенных. Причем по доле медиапотребления лидирует именно местная пресса – региональная и районная. Несомненно, актуальность диссертации определяется также растущим интересом граждан России к местным СМИ и отсутствием комплексных исследований формирования положительного имиджа Камчатского края средствами массовой информации.

Научная новизна исследования состоит в том, что оно является одним из первых исследований, в котором уточнена особая роль СМИ в формировании благоприятного имиджа региона.

Диссертация является новаторской в части комплексного исследования таких научных определений как «коммуникативные стратегии», «доминантные маркеры регионального имиджа» по различным критериям, соотношения понятий «имидж» и «образ». Несмотря на синонимичность этих понятий, в работе указывается на их существенное различие. «Образ» рассматривается как результат стихийного восприятия, в то время как «имидж» – целенаправленно конструируемый с помощью совокупности символов образ определенного объекта. Различие терминов закреплено в авторитетном энциклопедическом словаре, где имидж трактуется как «образ личности, продукта, социального института, который разделяет широкая общественность и который часто преднамеренно формируется или изменяется средствами информации, рекламой, пропагандой и т.д.» (С.15-16)

Анализируя рассматриваемую трактовку понятия, автор акцентирует внимание на «преднамеренности формирования или изменения мысленного

представления» об имидже с помощью средств информации. В энциклопедическом определении указывается также, что формирование имиджа надо вести таким способом, чтобы его трансформации «разделила широкая общественность».

С точки зрения научной значимости, новеллы исследования могут быть поддержаны оппонентом. Автором впервые проведен комплексный анализ 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 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.

Однако представленная работа не свободна от отдельных недостатков и спорных положений.

1. Каким образом практика формирования в СМИ положительного имиджа Камчатского края может повлиять на развитие имиджа других регионов (какие конкретно), если, согласно параграфу второму главы третьей Камчатский край имеет стереотип «провинции», «периферийности»? (С.23-24)

2. Какова роль средств массовой информации в рамках экологической катастрофы у берегов Камчатки, произошедшей в сентябре-октябре 2020 г., и оказали ли они влияние на имидж Камчатского края и развитие туристской деятельности? (С. 25)

В целом отмеченные недостатки существенно не влияют на высокую оценку работы, поскольку, по моему мнению, они вызваны неординарным характером исследования, его новизной и высокой степенью актуальности.

Диссертация Д.С. Кадачиговой – это самостоятельный, оригинальный труд, вносящий определенный вклад в комплекс филологических и журналистских наук. Положения диссертации обоснованы и аргументированы. Работа носит творческий, проблемный характер и имеет серьезную практическую ценность. В дальнейшем ее положения при необходимости доработке могут послужить ориентирами в развитии направлений исследования имиджа регионов Российской Федерации.

Автореферат и опубликованные научные материалы в полной мере отражают содержание проведенного исследования.

Диссертация «Формирование в СМИ положительного имиджа региона» (на примере Камчатского края) с точки зрения актуальности, новизны, научной и практической значимости отвечает требованиям Положения о порядке присуждения ученых степеней от 24.09.2013 № 842 (в редакции от 10.11.2017. № 1093), а ее автор Кадачигова Дарья Сергеевна, безусловно, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 Журналистика.

Кандидат филологических наук,
советник главного редактора
АНО «ТВ-Новости»
08 декабря 2020 г.

Соломатин
Алексей Николаевич

Контакты:

111020, г. Москва, ул. Боровая, д. 3, корп. 1
<http://russian.rt.com/>
+7 499 750-00-75 (доб. 20-80)
e-mail: alexns17@rambler.ru

Подчиноен портфель
и налогомик



14.12.2020

Уг Угай А