

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Кадачиговой Д.С.
на соискание ученой степени кандидата филологических наук по
специальности 10.01.10 «Журналистика» по теме «Формирование в СМИ
положительного имиджа региона (на примере Камчатского края)»

Актуальность диссертационного исследования автора не вызывает сомнений. К проблемам формирования имиджа любого региона с участием средств массовой коммуникации обращено достаточно серьезное внимание в современных условиях. Свой вклад внесла и автор, которая обращает внимание на то, что в условиях информационного общества необходимо делать ставку на коммуникативные сообщества интернет-изданий и социальные сети. Кадачигова Д.С. на примере Камчатского края убедительно доказывает потребность системных исследований СМИ.

С автором следует согласиться, что развитие туризма становится одним из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики Камчатского края благодаря стимулирующему воздействию на транспорт, связь, торговлю, строительство, агропромышленное производство и т.п. Для формирования привлекательного образа Камчатки необходимы научно обоснованные коммуникативные стратегии деятельности средств массовой информации по созданию и продвижению имиджа края.

Цель исследования – «провести научный анализ содержания, форм, коммуникативных стратегий и тактик создания и продвижения регионального имиджа местными средствами массовой информации и предложить пути его совершенствования» (с.7-8 автореферата)

Содержание автореферата показывает, что в работе выявляются функциональные элементы конструирования имиджа региона в СМИ; формируется типология коммуникативных стратегий в процессе создания имиджа региона, предлагаются способы их корректировки. Гипотеза автора о том, что для формирования и продвижения положительного имиджа территории необходимо разрабатывать научно обоснованные коммуникативные стратегии деятельности СМИ и медиа, которые включают в себя тематико-жанровую определенность, адресную направленность на целевую аудиторию и изобразительно - выразительные средства медиасистемы региона, заслуживает особого внимания и находит подтверждение в работе (с.9, 11 автореферата).

Отмечается, что Камчатский край обладает уникальным символическим социокультурным капиталом, который можно и нужно продвигать с помощью СМИ и медиа, культурно-организационных акций и мероприятий, в целом ценностно-смыслового, социокультурного, виртуального представления об административно-территориальном субъекте с целью

повлиять на трансформацию ценностно-смысловой деятельности населения и потенциальных инвесторов» (с. 17 автореферата)

Достаточно большой объем журналистских материалов: 1700 печатных публикаций в местных СМИ, а также 347 единиц видеоматериалов, позволил автору основное внимание сосредоточить на журналистской и филологической проблематике, сохранить междисциплинарный баланс в соответствии с заявленной специальностью. При создании комплексной типологии пространственно-территориального имиджа региона Кадачигова Д.С. предлагает целый ряд подходов к имиджу региона на основе различных типобразующих платформ. Интересен подход Кадачиговой Д.С., который предполагает рассмотрение процесса формирования имиджа по этапам.

Особую ценность работы представляет третья глава *«Коммуникативные стратегии формирования имиджа Камчатского края в СМИ»*, где рассматриваются сугубо журналистские подходы к заявленной проблеме. Имидж Камчатского края формируется на основании распространения целенаправленной информации об уникальных местных товарах и услугах, адресованной целевой аудитории местных жителей и представителей других регионов России, а также соотечественников, проживающих в ближнем и дальнем зарубежье. В целях повышения инвестиционной привлекательности края структура пространственно-территориального имиджа региона предусматривает адресные доминанты, ориентированные на потенциальных инвесторов, деловых партнеров и туристов (с. 27 автореферата). Чувствуется, что Кадачигова Д.С. хорошо знакома со спецификой работы местных СМИ, их возможностями и недостатками.

Соискателем выявлены и противоречия: «Анализ всего объема материалов СМИ обнаружил, что в создании и продвижении имиджа края отсутствует системность, слабо развита «обратная связь» с аудиторией. Отмеченные недостатки создают немалые сложности в процессе формирования и продвижения имиджа края средствами массовой информации» (с. 23 автореферата). Понимание автором как общественным деятелем специфики региона и его потенциальных возможностей позволяет Кадачиговой Д.С. разработать ряд эффективных предложений по совершенствованию коммуникативных стратегий региональных СМИ с целью формирования положительного имиджа Камчатского края.

В целом, исследование, осуществленное Д.С. Кадачиговой, характеризуется теоретической и практической значимостью, а также новизной; текст хороший научный стиль соискателя, логичность в изложении

материала заявленной темы автореферата соответствует требованиям формальной логики, выводы в достаточной мере обоснованы.

Диссертация, основные положения которой отражены в автореферате, демонстрирует глубокое знание диссертанткой исследуемого материала и заслуживает того, чтобы его автору была присуждена ученая степень кандидата филологических наук.

Таким образом, диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 «Журналистика» по теме «Формирование в СМИ положительного имиджа региона (на примере Камчатского края) Кадаचीговой Дарьи Сергеевны соответствует требованиям ВАК РФ, предъявляемым к такого рода работам, а ее автор заслуживает присуждения искомой ученой степени.

Татьяна Александровна Ярославцева

Доктор исторических наук,
профессор кафедры социально-гуманитарных
и экономических дисциплин

Дальневосточного юридического института МВД России.

Сергей Серов
Насавини отряд



e-mail: mu322@mail.ru
тел: +79241170440
Дальневосточный юридический
институт МВД РФ
пер. Казарменный, 15, Хабаровск,
Хабаровский край, 680000