

## Отзыв

члена диссертационного совета на диссертацию

Евсеева Александра Юрьевича

на тему: «Стратегические коммуникации в продвижении образа Чеченской республики в зарубежном и российском дискурсе»,

представленную на соискание ученой степени

кандидата политических наук по научной специальности

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Стратегические коммуникации в международной политической системе координат во многом определяют степень ее турбулентности. Современные СМИ, резонансное пространство публикаций которых давно выходит за рамки отдельных государств, способствуют формированию определенного налета в субъективной оценке аудиторией тех или иных территорий вследствие такой же подачи той или иной информации. Редакционная политика большинства СМИ находится в фарватере государственных идеологии и пропаганды своих культурно-информационных ценностей и социально-политических архетипов. Соответствие предлагаемых смыслов тиражируемой информации собственной аксиологической шкале гарантирует принятие либо отторжение «чужой» культуры и ее носителей. Предвзятое отношение к оппозиционному идеологическому лагерю в глобальном противостоянии определено не столько агрессивной информационной политикой и экспансией инновационных сетевых технологий, сколько принципиально новой, иногда деформационной для традиционной массовой коммуникации, сетевой инфокоммуникативной парадигмой.

В содержании диссертации в наибольшей степени представлены следующие области исследований: структура, уровни, свойства информационного пространства; научные принципы и методы формирования государственной информационной политики и информационной

РК № 33-06-620

безопасности, роль средств массовой информации и массовой коммуникации в формировании различных видов общественного сознания; единство и специфика политических и информационных процессов; исследование геополитических (глобальных, региональных, национально-государственных) явлений и процессов.

Диссертант выбрал оптимальную тему для исследования по нескольким причинам.

Во-первых, Северный Кавказ – один из географически развитых и экономически стабильных регионов России (С. 23). Его медиаобраз имеет объективную фактологическую основу – «это демографически стабильный регион, экономически-перспективный, обладающий мощным природно-сырьевым потенциалом, развитым сельским хозяйством, современной инфраструктурой. Это освоенная курортно-рекреационная зона отдыха и лечения всей нашей страны с богатейшими историческими традициями и уникальной природой» (С. 95). Во-вторых, события двадцатилетней давности накладывают отпечаток на мнение о Кавказе и его жителях (С. 23). Автор обоснованно пишет, что «исследований медиа Чеченской республики недостаточно – сказываются годы тревожности и нестабильности, а следовательно, отсутствия интереса в связи с политической обстановкой 90-х гг. XX в. и начала XXI в., при этом стратегии формирования медиаобраза Чеченской республики могли бы стать востребованными в процессе формирования имиджа государства в целом» (С. 3). В-третьих, коммуникационное сообщество заботится о формировании положительного и эффективного имиджа регионов Северного Кавказа, отмечает необходимость включения исторических аспектов существования и развития территории в общие стратегии медийной политики (С. 27).

Опираясь на опыт современных СМИ Чеченской республики, диссертант грамотно обосновывает актуальность своего исследования, профессионально выстраивает методику исследования медийного образа региона, которая базируется на «знаниях коммуникативных стратегий

медийной политики, этнических стереотипов аудитории, принципов пропаганды». Изучение медиаобраза региона актуально и в аспекте межэтнического, межнационального согласия, так как политическая консолидация, так необходимая сегодня в мировом сообществе, вполне может базироваться, в том числе, на результатах союза духовных ценностей на основе исторических корней, общей памяти (С. 6, 144.). Кроме того автор на протяжении всей работы поддерживает и развивает актуальность целевой установки исследования – «выявление функциональных элементов конструирования медиаобраза Северного Кавказа в информационном пространстве; анализ коммуникативных возможностей чеченских СМИ, ориентированных на создание позитивного имиджа региона» (С. 7, 105).

Текст диссертации композиционно грамотно структурирован в соответствии с логикой анализа основных понятий исследования как на теоретическом уровне, так и на эмпирическом материале. Автор использует в качестве доказательной базы многочисленные академические источники политологической (в частности, в области изучения социальных и политических процессов) и медийной (при описании и осмыслении современного массово-информационного пространства) сфер. Насыщенность фактическими сведениями и практическими примерами только подтверждает состоятельность научного анализа. Так, автором подвергнуто анализу 600 публикаций в СМИ и 1500 комментариев в социальных сетях, за время исследования (2020-2021 гг.) опрошено и проинтервьюировано около 200 журналистов, работающих в российских и зарубежных СМИ (С. 19).

Логичной и продуманной представляется и структура исследования. Первая глава, закладывая аксиоматико-онтологические основы диссертации, подробно, в рамках двух параграфов, раскрывает понятийные и содержательные вопросы концептосферы «медиаобраза», рассматривая его «как информационный, социальный конструкт, который формируется в единой системе с феноменами имиджа и образа в общественном сознании»

(С. 32.). Систематизирует наиболее релевантные критерии отбора медиа для сбора медиатекстов и их последующего анализа.

Вторая глава диссертации посвящена проблемам конструирования медиасреды Северного Кавказа, имиджа Чеченкой республики, приоритеты и ценности в государственной информационной политике региона. В рамках данной главы подчеркивается преемственность и связь профессиональной журналистики и пресс-служб региона – 55% участников экспертного интервью имеют журналистское прошлое (С. 77). Указаны основные проблемы развития стратегических коммуникаций в регионе: «количество комментариев и форм обратной связи незначительно по сравнению с показателями других регионов России..., что является стимулом к поиску дополнительных методов и приемов работы с населением» (С. 80). Особое внимание в данной главе уделено лидеру Чечерской республики Рамзану Кадырову, личные сетевые ресурсы которого помогают дополнить информационную реальность и разьяснить важность и способы тональности подачи информации журналистам (С. 81). «Интерес к исследованию феномена Р.А. Кадырова объясняется тем, что лидер Чечни является ярким политиком, который занимает долгое время пост главы республики, является одним из самых известных региональных политиков как в России, как и за рубежом» (С. 100). Также важным на наш взгляд является вывод, который автор делает на С. 110 исследования: «одной из эффективных стратегий противостояния экстремизму становится принцип, реализуемый в медийной политике Чечни: опереди негатив позитивом».

В третьей главе представлены результаты исследования в рамках конвенционально-мнемонических установок первых двух глав, предлагая авторскую методику сбора и обработки максимально объемных выборок эмпирических данных посредством цифровых технологий. Примечательно, что здесь находят развитие результаты социологических исследований, представленных во второй главе (С. 61), полностью коррелируя с результатами экспертного опроса (С. 136).

Таким образом, представленная к защите диссертация имеет комплексный характер. К несомненным ее достоинствам следует отнести детальную проработку и логическую обоснованность положений, выносимых на защиту, а также системность и глубину выводов исследования. Структура работы вполне адекватна авторскому замыслу и раскрывает исследуемую тему.

Вместе с указанием на очевидные достоинства текста диссертации, хотелось бы обратить внимание на отдельные моменты, требующие уточнения и являющиеся поводом для дискуссии.

1. Исследуя проблему современной медиакультуры, автор резонно указывает на недостаточную развитость духовно-культурной сферы Чечни. Однако в самой работе отсутствуют подходы к презентации и продвижению региона посредством знаковых представителей чеченской культуры. Крайне важным на наш взгляд является актуализация исторических личностей, связанных с республикой. Так, несмотря на тысячи километров, разделяющие Приднестровье и Чечню, связующим звеном наших народов стал ежегодный Международный фестиваль-конкурс сольного танца имени Махмуда Эсамбаева.

2. Автор во введении пишет, что «приоритетными могут стать эволюционные и адаптационные типы стратегий...» (С.9). Однако далее по работе данный подход так и не нашел своего продолжения. На С. 88 автор выделяет «модель отраженного в медиасфере ценностно-политического дискурса сетевых сообществ», в рамках которой обозначает первую стратегию – «развитие региона в составе России и позиционирование республики как уникальной территории ислама с истинными ценностями, отличными от других стран», которая по нашему мнению может быть ассоциирована с эволюционным типом. Однако тут же, автор указывает, что согласно мониторингу медиа и экспертным интервью пресс-службы используют «стратегию ухода от конфликтов как ожидание аудитории сохранить традиции и нейтрализовать негативные стереотипы,

формирующиеся под воздействием в основном зарубежных ньюсмейкеров», что, скорее всего, может быть классифицировано как адаптационный тип стратегий. Вывод автора тут же об актуальности продвижения моделей национальной идентификации выпадает из анонсированной им же системы стратегических коммуникаций.

3. В работе присутствуют некоторые дефиниционные погрешности, которые затрудняют понимание исследуемой темы. Так, автор не уточняет использование терминов «образ», «медиаобраз» и «имидж», резко переходя от одного к другому (С. 43), объединяя их (С. 89) что придает неопределенный фон всей работе. Лишь на С. 97–98 автор в некоторой степени уточняет данные понятия в контексте своего исследования. Хотелось бы услышать ответ о системе данных понятий, их иерархии в стратегических коммуникациях.

Также хотелось бы уточнить понимание автором инструментария и концепций стратегических коммуникаций, которым выделен отдельный параграф, но четких выводов сделано не было. Так, автор на С. 30 пишет, что «позиционирование ценностно-смыслового потенциала жителей остается инструментом создания и продвижения образа республики», хотя в данном случае речь, скорее всего, должна идти о концептуальном, а не инструментальном измерении. Аналогичная ситуация складывается и на С. 41, где автор выделяет в качестве эффективных инструментов позиционирования образа региона «метафорические модели». Кроме того, наблюдается некая неопределенность и недосказанность в оценке результатов исследования без приведения конкретных цифр: «довольно высокая, намного ниже» (С. 128), «выявлен большой процент материалов» (С. 147).

Автор во введении анонсирует новую концепцию региональной медиаполитики государства (С. 20), которая отсутствует в теоретико-методологическом синтезе исследования. Тем не менее, на С. 66 упоминаются концепции создания «новых информационных продуктов и

конвергентного контента; упрощения процесса потребления информации; предоставления потребителям медиа новых возможностей участия в создании пользовательского контента». На С. 127 автор приходит к выводам об «эффективности концепции продвижения информации значимого социально-политического характера путем размещения ее на страницах социальных сетей и активном отслеживании ее потребления».

4. В ходе прочтения работы возник ряд вопросов, связанных с технической стороной ее оформления. Так, автор, видимо, используя материалы своих ранее опубликованных статей, обратил недостаточно внимания на корректуру текста и в работе присутствуют такие моменты, как: «Наблюдения и опыт работы автора СТАТЬИ» (С. 100, 133). В таблице 6 в колонке «Наименование редакции газет и журналов» присутствуют ВГТРК и ЧГТРК, явно не относящиеся к печатным СМИ. Кроме того в работе присутствуют значительные фрагменты текстов, дублируемые во второй (С. 96–100) и третьей (С. 130–133) главах.

В работе не всегда выдерживается математический аппарат. Так, на С. 126–127 автор приводит количественные результаты комментариев в местных сетевых ресурсах – 37 и 208, делая необоснованный вывод о том, что второе значение почти в 8 раз выше первого. На С. 146 автор заявляет о 260 публикациях, включенных в мониторинг, однако тут же в таблице приводит данные о 267 изученных публикациях.

Отмеченные проблемные моменты и вопросы могут послужить ориентирами в дальнейшем развитии настоящего исследования и не снижают общей положительной характеристики содержания работы.

Учитывая проделанную исследовательскую работу и принимая во внимание актуальность и перспективность выбранной темы, завершенность, самостоятельность научного исследования, можно сделать вывод, что диссертация Евсеева Александра Юрьевича на тему: «Стратегические коммуникации в продвижении образа Чеченской республики в зарубежном и российском дискурсе» соответствует основным требованиям, установленным

Приказом от 19.11.2021 № 11181/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете», соискатель Евсеев Александр Юрьевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата политических наук по научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика. Пункты 9 и 11 указанного Порядка диссертантом не нарушены.

Член диссертационного совета

доктор политических наук, профессор кафедры журналистики

Приднестровского государственного

университета им. Т.Г. Шевченко



С.В. Олейников

Подпись

Подпись Олейникова Сергея Викторовича – заверяю:

И.о. начальника Управления кадров



Л.А.Лисовская

09.06.2022 г.

