

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

на диссертацию Вольхина Дениса Антоновича «Территориальная структура и трансформация имиджа Крыма (на основе изучения телевизионных средств массовой информации России и Украины)», представленную на соискание ученой степени кандидата географических наук по специальности 25.00.24 - экономическая, социальная, политическая и рекреационная география

Актуальность исследования Д.А.Вольхина не вызывает сомнений. В современную эпоху высокой мобильности людей, товаров, капиталов и идей имидж территории приобретает все большее значение и становится вполне осозаемой «материальной силой», поскольку от него во многом зависит привлекательность региона или города для мигрантов, туристов и инвесторов. Особое значение для России имеет имидж Крыма – региона, совсем недавно вошедшего в ее состав в результате референдума, легитимность которого не признана международным сообществом. И через шесть лет после этой исторической вехи в его истории Республика Крым, подвергшаяся жестким санкциям, продолжает привлекать пристальное внимание СМИ – прежде всего, России и Украины, развернувших вокруг государственной принадлежности полуострова информационную войну.

Новизна работы заключается, во-первых, в разработке методики исследования территориальной структуры имиджа, применимой и в других исследованиях на разных территориальных уровнях. Изучение имиджа – междисциплинарная область, и автор справедливо отмечает, что заимствуя методы и подходы у смежных общественных наук – политологии, социологии, психологии, лингвистики, географы рисуют утратить собственное, только им присущее видение проблемы. Вклад Д.А.Вольхина в теорию общественной географии как раз и состоит прежде всего в создании и апробации оригинальной географической методики. Специально стоит отметить разработанные автором новаторские карты имиджа территории.

Во-вторых, предложены категории географического изучения имиджа территории.

В-третьих, создана геоинформационная система и изучена эволюция имиджа Крыма, его районов и городов на российском и украинском телевидении, определявших общественное мнение двух стран в критический период истории региона.

В-четвертых, критически проанализировано место и суть имиджевой политики в федеральных, республиканских и местных, городских и районных документах стратегического планирования и даны практические рекомендации по улучшению этой сферы деятельности региональных органов власти. В этом состоит несомненная практическая значимость диссертации.

Наконец, в-пятых, проведена типология элементов территориальной структуры имиджа Крыма.

Достоверность выводов, полученных Д.А.Вольхином, определяется прежде всего богатой информационной основой, состоящей из электронных архивов новостных программ центральных телеканалов России (телеканалы «НТВ» и «Россия 1») и Украины (телеканалы «1+1» и «Интер»), результатов социологических опросов крупнейших российских и международных социологических центров и институтов, официальных данных Федеральной службы государственной статистики РФ, документов стратегического планирования разного уровня, материалов периодической печати и Интернета. Автор опирался также на прекрасно выполненный обзор литературы по теме работы (правда, почти исключительно отечественной). Он не только содержит описание источников, как это нередко бывает, но действительно служит надежным фундаментом для построения собственной концепции. Хорошо аргументирован выбор периода исследования – 2009-2016 гг. и телеканалов для количественного и качественного анализа потока информации о Крыме.

Применен широкий набор методов исследования – как общенаучных и географических, так и используемых в других дисциплинах – картографический, геоинформационный, географической классификации и типизации, социологический, статистический, контент-анализ и др. Нужно особо подчеркнуть высокое качество, оригинальность и обилие картографического и в целом графического материала, содержащегося в тексте работы и в обширном приложении. Тем самым автор внес существенный вклад в создание новой отрасли картографии – визуализации и картографического анализа имиджей.

Структура диссертации выверена и логична. Работа легко читается, написана хорошим литературным языком, в ней практически нет стилистических погрешностей.

В диссертации можно найти много творческих находок. Чрезвычайно важно, что в ее основу положено сопоставление имиджа Крыма, формируемого новостными каналами федеральных российских и украинских телевизионных каналов до и после событий 2014 года. Подробно рассмотрены факторы формирования имиджа Крыма, которые действуют на разных пространственных уровнях и подразделены на географические, экономические, политические, социальные и культурно-исторические. Автор ярко показал, что доминантами имиджа республики как в России, так и на Украине являются ее geopolитическая роль республики и туристско-рекреационные функции. Соотношение между этими доминантами ритмично менялось. Одним из следствий этого стала концентрация внимания СМИ на четырех «полюсах», репрезентирующих эти доминанты – Симферополе как столице республики, Севастополе как военно-морской базе и символе «русского мира», Ялте как центре Южного берега и в последние годы Керчи, воплощающей процесс интеграции полуострова с остальной территорией России в ходе строительства моста, соединяющего его с Краснодарским краем.

В работе также показана инверсия соотношения положительных и отрицательных коннотаций имиджа Крыма: до присоединения к России на федеральных телеканалах преобладали негативные представления, на украинском – позитивные, после марта 2014 года ситуация стала обратной. В этот период информационная война между Россией и Украиной привела к резкому повышению значительного и ранее внимания к Крыму как проблемному региону в СМИ обеих сторон и формированию характерных дилемм в имиджевой политике («Крым вернулся в родную гавань» и «Крым – незаконно аннексированный регион Украины»). На второе место в контенте теленовостей после геополитических тем закономерно выдвинулись экономические проблемы, связанные с перестройкой всех сфер жизни республики в условиях жесткой экономической блокады.

Но главный и наиболее оригинальный раздел диссертации – третий, собственно географический, посвященный трансформации и территориальным особенностям формирования имиджа Крыма в российском и украинском информационном пространстве. В этом разделе автор, как и в предыдущих, успешно использовал количественные и качественные методы. С их помощью убедительно доказана асимметрия, поляризация и фрагментарность территориальной структуры имиджа республики, рассмотрены элементы этой структуры и ее центр-периферийный характер – полюса, ареалы и центры информационного влияния, информационная периферия, формирование новых территорий повышенного информационного внимания на севере и востоке.

Выполненные автором расчеты корреляции упоминаемости территорий Крыма в новостных телепрограммах с их социально-экономическими показателями подтверждают гипотезу о том, что степень вовлеченности различных территорий городов и районов в создание имиджа полуострова в значительной мере связана с их географическими особенностями, в первую очередь, уровнем экономического развития и численностью населения. В то же время смысловое наполнение сообщений зависит от политических целей государственного телевидения. Предложена типология территориальных компонентов имиджа Крыма по количественным и качественным критериям.

Важный и плодотворный подход, который пригодится и в дальнейших исследованиях имиджа территорий – анализ совместного упоминания городов и территорий в информационных сообщениях, в терминологии автора – поиск центров информационной связности, главным из которых в Крыму выступает столица республики Симферополь.

Критические замечания по диссертации носят второстепенный характер. Первое из них – скорее стилистическое. Из текста работы следует, что телеканалы целенаправленно формируют имидж Крыма. Представляется, однако, что эта задача была как для российских, так и для украинских СМИ далеко не на первом месте. Действительно главной задачей была политическая и идеологическая легитимация действий центральных властей, трансформация (на Украине) и укрепление национальной идентичности. Именно поэтому сюжеты о природе или богатом культурно-историческом наследии полуострова крайне редко вдохновляли корреспондентов и редакторов, и то главным образом в спокойные политические периоды. Собственно, это общая черта политики государственных СМИ по формированию социальных представлений и имиджей - совсем не только Крыма.

Стоило бы, вероятно, смелее подчеркнуть, что поляризация и фрагментарность – также общая черта представлений о разных странах и регионах, создаваемых СМИ; как правило, речь идет главным образом о столицах, других политических центрах, ассоциируемых со всей территорией (классический пример – ассоциация Парижа со всей Францией). Общая закономерность состоит в том, что вне данной территории СМИ и их аудиторию интересуют только те явления и процессы, которые существенны за ее пределами. В случае Крыма как на Украине, так и в России - его туристско-рекреационные функции, латентная оппозиционность киевской власти до 2014 года, а после присоединения к России – проблемы интеграции в ее экономическое и политическое пространство.

Необходимо было также более подробно объяснить, как определялся отрицательный или положительный контекст информационного сообщения. В качестве частного замечания отметим, что не упомянуты прекрасные работы по имиджу российских городов недавно трагически погибшего российского географа Д.В.Визгалова.

В целом диссертация Д.В. Вольхина представляет собой завершенное оригинальное научное исследование, выполненное на высоком научном уровне и содержащее актуальные и значимые теоретические и практические результаты. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Исследование соответствует требованиям ВАК, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Денис Антонович Вольхин, заслуживает присуждения ученой степени кандидата географических наук по специальности 25.00.24 – экономическая, социальная, политическая и рекреационная география.

Официальный оппонент

заместитель директора Института географии РАН,
заведующий лабораторией геополитических исследований,
вице-президент Русского географического общества,
паст-президент Международного географического союза,
доктор географических наук, профессор

В.А. Колосов

Подпись руки тов.
затвержено

Зав. канцелярией
Федеральное государственное бюджетное
учреждение науки Институт географии
Российской академии наук

04.03.2020



Колесов