

ОТЗЫВ
официального оппонента Баканова Романа Петровича
о диссертации Чан Тхи Тху Хыонг
«Медиаменеджмент современного Вьетнама»,
представленной к защите на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности
10.01.10 – Журналистика

Представленная к защите диссертация выполнена на весьма актуальную в настоящее время тему: автор исследования всесторонне изучил медийный менеджмент современного Вьетнама. Стремителен бег времени. Модели организации коммуникации, принципы управления редакционными коллективами, стандарты функционирования редакций, еще вчера казавшиеся устоявшимися и работающими, в настоящее время под воздействием различных факторов претерпевают изменения. Этими факторами могут быть, например, изменение политического строя в конкретной стране, внедрение и дальнейшее совершенствование мультимедийных технологий, увеличение технологизации журналистского труда, преобразования в законодательстве на уровне региона или страны и т.д. Журналистика традиционно всегда открыта всему новому, позволяющему повысить качество подготовки сообщений и оперативность их передачи. Несколько лет продолжаются процессы медийной конвергентности, актуализирующие вопросы организации работы современной редакции, притчем часто уже не одной в рамках конкретного СМИ, а двух – традиционной (например, печатного СМИ) и мультимедийной, наполняющей редакционный сайт. Все чаще ответственный за сайт творческий коллектив регистрируется в качестве самостоятельной редакции. А это означает, что тому, кто будет руководить (или управлять) редакцией такого типа, необходимо знать и понимать сущностные процессы ее функционирования, владеть умениями и навыками продвижения производимой информации и редакционного сайта в Интернете и социальных сетях. Многого нужно знать из области функционирования работы редакции, ее менеджмента. В связи с вышеизложенным, в настоящее время актуализируется и вопрос качества подготовки медийного руководителя, способного эффективно управлять современной редакцией.

В настоящее время девять из десяти имеющихся на медиарынке газет приносят одни убытки. Сегодня востребованы иные типы медиа. Как пишут исследователи Р.П. Баканов, М.В. Симкачева и Д.В. Туманов, «журналистика – профессия особая. Она искусно соединяет в себе и глубоко индивидуальное личное творчество, и коллективный характер производственного труда. Ни один человек, будь он в тысячу раз талантливее всех, не сможет в одиночку выпустить газету, выпустить в эфир радиопрограмму, показать миру телевизионные сюжеты и обеспечить бесперебойную работу интернет-СМИ. За каждым из перечисленных видов журналистского творчества стоит огромный коллектив... Это дело серьезное и нуждается в точном планировании, аккуратной организации дела и трезвом расчете».

Все указанные направления редакционной работы должен хорошо знать современный эффективный медийный менеджер. Какую должность он занимает в редакции? Главного редактора, заведующего сектором, начальника отдела, директора издания или телекомпании? А может быть, его должность – корреспондент? С нашей точки зрения, в настоящее время каждому специалисту, занимающему определенную творческую или административную должность в редакции, чтобы быть конкурентоспособным, необходимо обладать знаниями в области медийного менеджмента.

Уже в первом абзаце Введения диссертант так актуализирует проблему своего исследования: «в связи с мощным развитием информационной и коммуникативной структуры одним из самых важнейших аспектов функционирования той или иной системы СМИ становится менеджмент, являющийся предметом пристального внимания как со стороны медиапрактиков, так и со стороны теоретиков – исследователей массовой коммуникации» (С.3).

Средства массовой информации современного Вьетнама в рамках общемировой тенденции развития медийной системы в настоящее время постепенно интегрируются в глобальное медиапространство. В этой связи трансформируются содержание и форма медиаменеджмента, предполагающего,

как считает диссертант, «эффективное управление не только редакционными коллективами, но и самим производственно-творческим процессом поиска, обработки, публикации и хранения разнообразной информации» (С.3). После вступления в 2007 году Вьетнама во Всемирную торговую организацию медиаменеджменту в этой стране стало уделяться больше внимания, потому что возникла, по словам диссертанта, «острая необходимость повышения конкурентоспособности вьетнамских СМИ на местном и международном информационном рынках... Спрос на рекламную и PR-информацию потребовал обучения в области маркетинга, брендинга и корпоративной коммуникации. В настоящее время во Вьетнаме работают сотни рекламных и PR-структур, имеющих ежегодный темп роста приблизительно 30%; около 2/3 государственных компаний и более чем 3/4 частных фирм пользуются услугами в области связей с общественностью» (С. 3-4). К сожалению, автор работы не указал ссылок на источники, откуда были взяты эти численные данные.

В соответствии с исследовательской парадигмой объектом своего исследования диссертант определил «современные вьетнамские медиа», предметом – «медиаменеджмент в редакциях вьетнамских СМИ» (С.8). Отметим интересный и уместный выбор эмпирической базы исследования (на С.9 диссертации она представлена под названием «Материал исследования»), состоящей из законов о журналистской деятельности, а также документы по медиаменеджменту в редакциях четырех ведущих СМИ Вьетнама: ВТВ, газетах «Вьетнамская заря» и «Труд» и информационного агентства Вьетнама. Таким образом, эмпирическая база исследования представлена достаточно солидно.

В своей диссертации Чан Тхи Тху Хыонг задалась целью комплексно изучить медийный менеджмент современного Вьетнама (С.9). Для ее достижения она поставила перед собой четыре указанных на С.9 исследовательских задач. Каждая из них находит свое воплощение в структуре данной работы в виде как отдельных параграфов, так и их смысловых частей. Каждая из представленных на С.9 задач, на наш взгляд, направлена на глубокое осмысление и изучение автором сути заявленной в формулировке темы

проблематики и способствует наиболее полному постижению поставленной перед собой исследовательской цели.

Диссертантом также проанализирован и систематизирован большой объем научной литературы. Причем автор сгруппировал представленную на С. 5-8 научную литературу по четырем позициям, в каждой из которых имеются отсылки на не менее пятнадцати наименований книг и научных статей. Далее следует ряд ссылок на авторов научно-исследовательской литературы, которая уже систематизирована в зависимости от предмета изучения. Например, среди исследователей теоретико-методологического характера Чан Тхи Тху Хыонг упоминает труды А.А. Акопова, Е.Л. Вартановой, А.А. Вырковского, В.Л. Ива- ницкого, Я.Н. Засурского, С.Г. Корконосенко, Е.П. Прохорова, В.В. Тулупова и многих других отечественных ученых-теоретиков. Значительное место при работе над диссертацией автор уделил изучению научных трудов вьетнамских авторов: указаны имена Нгуен Тхань Лой, Фам Минь Шон, Данг Тхи Тху Хыонг, Чиеу Тхань Ле, Динь Тхи Тхуи Ханг, До Динь Тан, Нгуен Тхи Нгок Чау, Хоанг Суан Фыон, Май Куок Чань, Нгуен Тхи Май, Нгуен Тхи Ле Хуен, Ле Ань Кыонг, Чан Ким Зунг и других исследователей. Во Введении к диссертации приведено много вказаний на научную литературу экспертов в области теории и практики современного медиамаркетинга и медиаменедж- мента. Отраднo, что диссертант не ограничилась только изучением современной литературой, близко или косвенно относящейся к предмету данного исследования, но выявил и изучил ее, «заглянув» на несколько десяти- летий назад (с 1960-1970-х гг.). Отраднo также, что соискатель знаком с трудами своего научного руководителя В.В. Тулупова и выявил сферу его научных интересов по отношению к исследуемой проблематике: «дизайн в рамках маркетинга и менеджмента масс-медиа» (С.8).

Представленный на С. 120-136 «Библиографический список» состоит из монографий, учебных пособий, научных статей, справочной литературы, диссертаций и авторефератов, официальных документов (например, различные статистические документы, отчеты) общей численностью 157 наименований (из

них 53 наименования на вьетнамском языке). Это говорит об определенной академической зрелости диссертанта, о том, что, работая над изучением научной проблемы, он не только ознакомился с научными трудами, напрямую относящимся к теме его работы, но и изучил публикации, авторы которых лишь эпизодически обращали внимание на данную проблему.

Мы считаем несомненной и научную новизну исследования, которая соответствует его актуальности. Она заключается, как нам удалось понять из текста работы, в изучении общего современного состояния медиаменеджмента Вьетнама. Чан Тхи Тху Хыонг на С.8 так сформулировала научную новизну своего исследования: «Медиаменеджмент является совершенно новой отраслью во Вьетнаме. Документов и научных исследований этой сферы практически нет. Данная диссертация является первой попыткой научного осмысления менеджмента во вьетнамских СМИ в современных условиях». Таким образом, перед нами исследование, которое может войти в историю, ведь его автор открывает новое направление научного изучения масс-медиа Вьетнама, являясь, так сказать, первооткрывателем в своей стране качества современного медиаменеджмента как научного направления. Надеемся, что после защиты данного исследования научный интерес к данной теме будет продолжен, и эта работа будет продолжена и дополнена новыми научными трудами.

Для наиболее полного изучения исследовательской проблемы соискатель применил целую группу различных методов: использовались два уровня исследовательской базы – методы теоретического познания, общелогические методы и приемы исследования. Так, гипотетико-дедуктивный метод применялся как метод теоретического познания: ознакомление с фактическим материалом, выдвижение исследовательских предположений, оценка их основательности и серьезности, отбор из их множества наиболее вероятных и выведение из них гипотезы, движение мысли от абстрактного к конкретному. Также автором диссертации в процессе выполнения исследования применялись анализ, абстрагирование, обобщение, идеализация, индукция, аналогия, а также эмпирические методы (познавательные действия: обследование, мониторинг,

эксперимент) и методы-операции (наблюдение, измерение, опрос) (С.10) Таким образом, Чан Тхи Тху Хыонг применяет различные методы для всестороннего изучения своей исследовательской проблемы и перепроверки полученной фактуры для повышения качества своей научной работы.

Цель и задачи диссертационного исследования, заявленные во Введении, реализуются в его содержании. Диссертация состоит из Введения, трех глав, Заключения и Библиографического списка. Диссертант выстраивает логически последовательную структуру, профессионально работает с обширной отечественной и зарубежной (больше всего вьетнамской) библиографией по различным сторонам и аспектам исследования масс-медиа, основам газетного дела, маркетингу и менеджменту вообще, управлению человеческими ресурсами и работе с персоналом компаний, медиадизайну, экономики СМИ разного периода, организации и планировании работы редакции печатного СМИ, что свидетельствует о широком исследовательском кругозоре автора. Из текста диссертации мы видим, что Чан Тхи Тху Хыонг, на наш взгляд, убедительно верифицирует полученные ей результаты ссылками на авторитетные – философские и научные – источники. Причем на двух языках: русском и вьетнамском. Теоретическая база диссертации отражает необходимый баланс между классическими и новейшими концепциями в изучении медиа, что позволяет автору сохранить методологическую преемственность в изучении недостаточно разработанных проблем в этой области.

В первой главе диссертационного исследования – «Современные проблемы медиаменеджмента» – рассматривается понятие «медиаменеджмент» и данное направление как теоретическая категория. Данная глава состоит из трех параграфов. В первом параграфе первой главы («Медиаменеджмент как теоретическая категория») диссертант указывает, что «истоки менеджмента СМИ следует искать в базовой теории управления предприятиями» – цитируя работу А. Вырковского «Редакционный менеджмен в печатных и онлайн-овых масс-медиа: процессный подход» (М.: Медиамир, 2016), диссертант соглашается с позицией данного ученого, считая, что «концепции, лежащие сейчас в

основе подходов к управлению предприятиями (фирмами), с успехом используют современные медиа» (С.13). Цели медиаменеджмента совпадают с целями менеджмента как такового, объектом управления является редакционный коллектив как производственно-творческий коллектив и СМИ как товар. В данном параграфе диссертант выявляет и формулирует пять задач медиаменеджмента, а также на основе анализа имеющихся в научной литературе подходов, взглядов исследователей предпринимает попытку понять сущность медиаменеджмента как одну из сторон работы редакции СМИ. Чан Тхи Тху Хыонг, в частности, выявил следующие функции медиаменеджмента: организация производства конкурентоспособных информационных товаров; совершенствование производственно-творческого процесса; внедрение новейших наукоемких технологий при поиске и обработке информации, создании оригинального информационного продукта, хранении исходной и новой информации, ее оперативной трансляции; повышение качества продукции; снижение затрат на производство.

Также в данном параграфе автором выявлены задачи менеджмента СМИ. Опираясь на исследование Е.Л. Вартановой, Чан Тхи Тху Хыонг выявила и показала проявление таких его функций как: финансовая, содержательная, маркетинговая и кадровая. На наш взгляд, важно, что эти функции диссертант сразу экстраполирует на выбранные для исследования вьетнамские СМИ, изучает, насколько качественно происходит становление развития данного направления в масс-медиа своей страны. В результате исследователь пришел к выводу о том, что те СМИ, которые были выбраны для изучения, «становятся примером эффективного медиаменеджмента; именно они оперативно реагируют на экономические преобразования, обращаясь к маркетингу как к особой философии бизнеса. Приходит понимание, что современный медиаменеджер – это посредник, организующий коммуникацию между различными социальными группами и субъектами публичной активности. Такой профессионал должен сочетать в себе компетенции проектного менеджера, идеолога и аналитика, обладать навыками креативного мышления

как при создании медиаконтента, так и при разработке концепций медиапродуктов и, главное, проектов по их продвижению. Медиаменеджер имеет дело с творческими работниками, к которым нельзя применить многие стандартные управленческие механизмы» (С.21).

Во втором параграфе первой главы («Факторы, определяющие специфику современного медиаменеджмента») представлен анализ внутренних и внешних факторов, определяющие специфику современного медиаменеджмента во Вьетнаме: собственно медийный (наличие системы СМИ, квалифицированных кадров и аудитории) и идеологический (состояние теории менеджмента); национально-традиционный (менталитет народа), социально-экономический (общественно-экономическая формация, тип общества) и международный. Автор на С.25 констатирует, что «у большинства вьетнамцев нет привычки чтения, и они с трудом воспринимают длинные статьи, тем более – с экрана. Сегодня читатели если и покупают, то всего лишь одну газету. Изменение привычки чтения прессы оказывает заметное влияние на ее состояние – молодежь все более склоняется к интернет-СМИ и социальным сетям, из-за чего возникает “избыток информации и статей”. При этом серьезной проблемой становится недостоверность информации. Доверие читателей к СМИ постепенно падает. Тиражи газет снижаются, а значит, снижаются доходы от реализации и от рекламы». Таким образом, мы видим, что масс-медиа Вьетнама испытывают схожие с российскими СМИ проблемы и трудности.

В данном параграфе мы узнаем много справочной и статистической, но очень интересной информации о Вьетнаме, о специфике журналистики, качестве масс-медиа страны. Чан Тхи Тху Хыонг, выявляя факторы, воздействующие на журналистику Вьетнама, изучила вопрос с разных сторон: политической, экономической, социальной, демографической, психологической. Эта информация представлена неспроста: в ней причины, из-за которых о медийном менеджменте в стране стали задумываться не так давно. По мнению автора диссертации, «в современных условиях повышается роль информационных агентств, призванных оперативно распространять

актуальную и качественную информацию. Повышается значение профессиональных ассоциаций журналистов в деле устойчивого развития системы СМИ, профессионального мастерства и защиты чести журналиста. Актуально установление более эффективной связи между корпорацией журналистов и бизнес-сообществом на всех уровнях» (С.27). Однако гражданская журналистика «существенно ограничена в своих возможностях – например, в части проверки информации на достоверность. А ведь с этим связана репутация профессии, степень доверия аудитории» (Там же). Кроме того, диссертант сообщает, что «события, которые подаются в социальных сетях, не всегда достоверны. Когда слишком много информации, читатель паникует, и не знает, где достоверная информация и источники. Таким образом, доверие читателей к СМИ постепенно падает» (Там же). Это означает, на наш взгляд, что актуальной является необходимость практики повышения медийной грамотности и образования аудитории СМИ, повышения уровня критического мышления местного населения.

В третьем параграфе первой главы, названном «Менталитет как один из важнейших факторов, определяющих специфику современного медиаменеджмента», диссертант рассмотрела специфику вьетнамской аудитории в контексте национально-традиционного фактора. Вьетнам – страна, имеющая богатую историю и древнюю культуру, базирующуюся на этнических нюансах более 50 наций. Различия в структуре ландшафта, климата и распределения населения создали регионы со своими отличительными особенностями. На основе анализа как научной, так и публицистической литературы Чан Тхи Тху Хьонг представила в результатах своего исследования положительные стороны вьетнамской аудитории, а также некоторые моменты, которые, на взгляд автора, могут в той или иной степени препятствовать поступательному вхождению страны в открытый мир. Например, это неспособность работать эффективно в группе и региональная специфика менталитета (С. 50-51).

Общий вывод диссертанта по первой главе следующий: «вырабатывающим стратегию управления редакционными коллективами и самим журналистским

процессом с его производственно-творческим и индивидуально-коллективным характером, необходимо учитывать региональную специфику менталитета как самих журналистов, так и аудитории, на которую те работают» (С.55).

Не менее ценной с исследовательской точки зрения является вторая глава диссертации – «Специфика медиаменеджмента в Социалистической Республике Вьетнам». В ней на конкретных примерах рассмотрена специфика медийного менеджмента в печатных и электронных СМИ страны и даны результаты проведенных автором конкретно-социологических исследований, посвященных мнению медиаменеджеров о проблемах управления редакциями СМИ.

В первом параграфе второй главы («Специфика медиаменеджмента в прессе Социалистической Республики Вьетнам») дана характеристика состояния современной журналистики этой страны. Диссертантом отмечаются и негативные тенденции во вьетнамской журналистике, отдающей дань скандалам и надуманным сенсациям. Нередки публикации, в которых дается недостоверная информация, и те, которые отличаются политической нетерпимостью. Как установил автор работы, часть причин этого лежит в плоскости менеджмента: неэффективное использование человеческих ресурсов; низкий уровень подготовки журналистских кадров, отстающий от требований современности, связанных со стремительным развитием компьютерных технологий (эксперты указывают на нехватку практических навыков у студентов факультетов журналистики); неэффективное использование финансовых ресурсов; неэффективное управление контентом и некоторые другие проблемы.

На С. 63-64 диссертант приходит к выводу о необходимости повышения эффективности государственного управления прессой Вьетнама, что возможно при реализации пяти моментов. Однако насколько они выполнимы и за какой период (и реализуемы ли вообще) автор исследования не указывает.

Во втором параграфе второй главы («Специфика медиаменеджмента в современных электронных СМИ Социалистической Республики Вьетнам») представлено состояние современного медийного менеджмента на радио,

телевидении и Интернет-медиа Вьетнама. В частности, мы узнаем, то «Правительство проявляет постоянную заботу о развитии телевидения, в том числе на платной основе» (С.71). Данный параграф в основном описательный: в нем представлена история становления электронных медиа во Вьетнаме. Диссертант полагает, что «К сожалению, во многих подобных СМИ из-за требования оперативности страдает глубина содержания материалов. Это происходит и потому, что в их редакциях не отработан информационный менеджмент. Много недочетов также в техническом плане: темпы обновления оборудования отстают от общемировых, скорость доступа медленная, низкая сетевая безопасность. Во Вьетнаме еще немало устаревших, однообразных по контенту и форме сайтов, не привлекающих читателей» (С. 79-80). Эти и некоторые другие констатируемые Чан Тхи Тху Хыонг проблемы в настоящее время являются препятствием для развития и повышения качества медийного менеджмента во Социалистической республике Вьетнам.

В третьем параграфе второй главы («Медиаменеджмент Вьетнама глазами экспертов (опыт конкретно-социологических исследований)») представлены результаты конкретно-социологических исследований (проводимых диссертантом в 2016-2016 годах в рамках журналистских семинаров опросов), посвященных вьетнамской журналистике и управлению вьетнамскими СМИ. Журналисты и редакторы выделили в качестве ведущих несколько функций СМИ: информационную, идеологическую (или функцию социально-политического ориентирования), культурно-образовательную, контрольную (или функцию социальной критики), развлекательную и рекламно-справочную функции.

Ценным также является самостоятельно выполненное диссертантом в январе-марте 2017 года Интернет-анкетирование 94 медиаменеджеров разного уровня, представляющих медиа, составивших эмпирическую базу данной диссертации. Анкета исследования представлена в тексте на С. 95-97, количественные результаты содержатся в таблице на С. 100-102. Также в параграфе подробно представлено каждое из четырех СМИ, составивших эмпирическую базу исследования. Результаты анкетирования говорят, на взгляд

иссертанта о том, что «вопросам менеджмента в большинстве редакций уделяется серьезное внимание; есть понимание, что формализация некоторых сторон журналистской деятельности позволяет высвободить время для творческих поисков работников СМИ» (С.103). Подробные результаты Интернет-анкетирования даны в диссертации на С. 102-112. Оно, в частности, показало, что вьетнамские медиаменеджеры ценят в журналистском труде «оперативность», «непрерывность», «универсальность в сочетании со специализацией», считают, что в редакции необходимы документы, определяющие функциональную структуру (служебные обязанности работников), что важно проводить исследования рынка, отдавая предпочтение изучению аудитории и информационного рынка.

В целом кандидатская диссертация Чан Тхи Тху Хыонг представляет собой оригинальное научное исследование теоретической и практической значимости. Ее отличает высокая культура проблемно-содержательной разработки и формально-технического исполнения.

В Заключении представлены основные теоретические выводы диссертации. Объективность и эвристичность этих положений представляются нам убедительными, самостоятельно выявленными и имеющими ценность для науки. В целом Заключение подготовлено в полном соответствии с обозначенными во Введении четырьмя задачами исследования, решая каждую из них и отражая специфику предмета исследования настоящей работы.

Мы считаем, что исследование Чан Тхи Тху Хыонг отличается ясностью стиля и изложения материала, очевидной научной новизной и актуальностью проблематики. Повторимся: диссертант изучает новое для Вьетнама направление.

Научная проблема данного исследования заключается в том, что Процесс создания во Вьетнаме эффективной системы медиаменеджмента нуждается в исследовании историко-культурологической и экономико-правовой направленности в целях успешной реализации национальной информационной политики. При этом также важно изучение как мирового, так и отечественного опыта медиаменеджмента (С.4).

Также стоит подчеркнуть практическую значимость представленного к защите исследования. Оно будет полезно как журналистам-практикам, так и научным сотрудникам в учебно-методической работе при чтении соответствующих тематике исследования дисциплин. Собранный и проанализированный Чан Тхи Тху Хыонг материал имеет все шансы быть изданным в виде отдельной монографии или учебного пособия, например, для обучения студентов по таким дисциплинам как «экономика и менеджмент СМИ», «Маркетинг СМИ», «Имидж и корпоративная культура организаций на информационном рынке» и некоторым другим.

Существенных недостатков диссертационная работа не имеет. Однако, несмотря на общую положительную ее оценку, следует отметить следующие спорные моменты и задать диссертанту следующие вопросы:

1. Сформулированное на С.11 второе выносимое на защиту положение нам представляется довольно пространным и оттого размытым. На наш взгляд, стоило оставить только два первых предложения. Помимо этого, во Введении отсутствует раздел «Теоретическая значимость исследования» – этот аспект для нас остался непроясненным. Диссертант косвенно обращается к этому в разделе «Научная проблема», но все же, мы полагаем, стоило отделить одно от другого.

2. В представленном на С. 120-136 Библиографическом списке нет оформления в едином стиле выходных данных научной литературы. Список также не разделен на блоки (источники, официальные документы, научная литература, диссертации и авторефераты диссертаций и т.д.). На наш взгляд, это стоило бы сделать для тех исследователей, кто будет впоследствии обращаться к диссертации – у них не должно оставаться вопросов, что из себя представляет тот или иной научный труд.

3. Малое количество авторских научных статей, в которых опубликовано содержание представленной к защите диссертации, – их всего пять, да и те объемом не более трех страниц каждая. На С.25 Автореферата диссертации есть сведения о двух конференциях: по одной в Воронеже и Москве. Думается, география публикаций могла быть и шире, ведь опыт участия автора в научно-

практических конференциях, практика научного общения с коллегами очень важны.

Однако высказанные замечания носят дискуссионный характер и никак не умаляют многочисленных достоинств представленной к защите диссертационной работы. Содержание диссертации и ее выводы убеждают нас в том, что Чан Тхи Тху Хыонг является творческим и нацеленным на поиск истины исследователем, стремящимся к целостному и всестороннему освещению выбранной темы. Сама тема, очевидно, близка диссертанту лично, и это заметно по вдумчивому отношению к рассматриваемым вопросам и эрудированности в этой области.

Достоверность полученных результатов подтверждается обширным, убедительным и компетентным анализом разнообразного эмпирического материала, логичностью изложения материала.

Добротное, интересное, самостоятельное, оригинальное, законченное научное исследование Чан Тхи Тху Хыонг свидетельствует о ее высоком творческом и интеллектуальном потенциале ученого и одновременно журналиста-практика, обстоятельности и скрупулезности автора в анализе широкого круга источников, демонстрирует ее научную зрелость и теоретическую подготовленность, высокую культуру проблемно-содержательной разработки актуальных вопросов современной журналистики.

Автореферат диссертации в полной мере отражает ее структуру, содержание исследования и его выводы. Четыре выносимых на защиту положения (С. 10-12) полностью соответствуют проведенному диссертантом исследованию, являются результатом самостоятельного труда автора. Опубликованные диссертантом статьи соответствуют содержанию работы и отражают основные положения и выводы проведенного исследования.

Автором опубликовано пять научных работ по теме диссертационного исследования, три из которых опубликованы в изданиях, входящих в перечень Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации (общий объем публикаций составляет два печатных

листа). Основные научные положения и выводы диссертации представлены в публикациях автора и автореферате, составляющем один печатный лист.

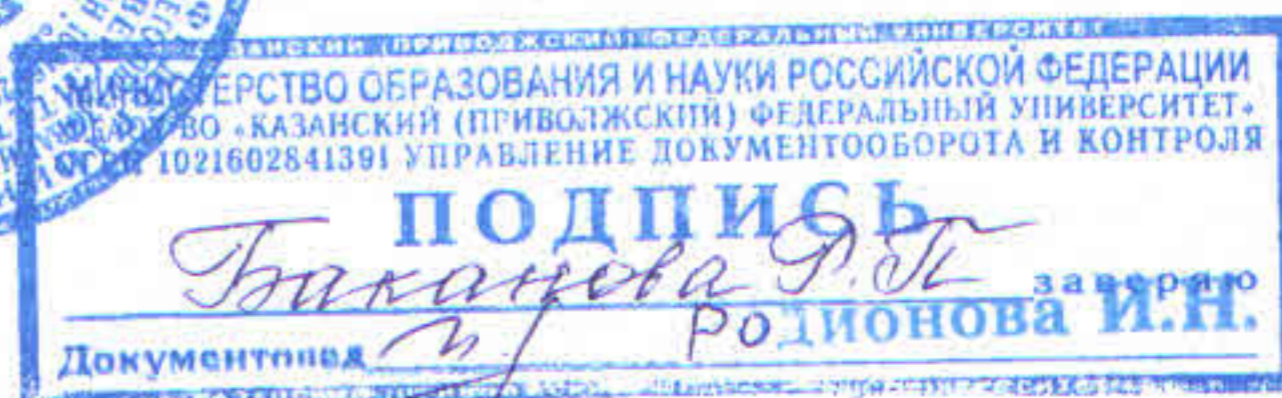
В связи с вышеизложенным, мы считаем, что диссертация Чан Тхи Тху Хыонг «Медиаменеджмент современного Вьетнама» является оригинальным, самостоятельным, законченным научным произведением, полностью соответствующим требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения научных степеней» утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г., № 842, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Чан Тхи Тху Хыонг, безусловно, заслуживает присвоения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.

Официальный оппонент:

кандидат филологических наук,
доцент кафедры журналистики
Высшей школы журналистики
и медиакоммуникаций
Института социально-философских наук
и массовых коммуникаций
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет»

Роман Петрович Баканов

10.11.2017 г.



Адрес: 420124, г. Казань, улица Мусина, д. 21, кв. 94.
Моб. тел.: 8-917-292-12-36
E-mail: rbakanov@yandex.ru