

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу Комиловой Хосиятхон Мирисломовны «Особенности освещения в СМИ Республики Таджикистан участия женщин в агробизнесе (2015-2021 гг.)», представленную на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

Исследование Комиловой Хосиятхон Мирисломовны посвящено медиадискурсу социально-экономических трансформаций в современном Таджикистане, который рассматривается через призму интеграции женщин в агробизнес. Автор не ограничивается хрестоматийной констатацией этого феномена, а исследует его в трёх взаимосвязанных плоскостях: историко-политической (эволюция гендерных ролей и государственной политики), социокультурной (формирование публичного образа женского предпринимательства) и дискурсивно-жанровой (способы и инструменты его медийной репрезентации). Такой многоуровневый анализ позволяет преодолеть фрагментарность существующих исследований, предлагая целостную картину того, как экономическая деятельность женщин в аграрном секторе становится фактором не только роста благосостояния, но и изменения социальных норм и публичного дискурса.

Диссертант справедливо рассматривает современные СМИ не как пассивный зеркальный отражатель реальности, а как активного агента, который конструирует социальные смыслы и легитимирует новые модели поведения. Анализ структурных и жанровых особенностей контента позволяет выявить неочевидные механизмы формирования общественного мнения и стереотипов, что вносит весомый вклад как в теорию медиадискурса, так и в практику коммуникационного сопровождения государственных программ по расширению экономических возможностей женщин. Такой ракурс анализа позволяет

заявить о том, что диссертация находится на пересечении актуальных научных трендов – гендерных исследований, аграрной экономики и медиалогии, что свидетельствует о её междисциплинарной новизне и широком потенциале применения выводов.

Проведение подобных исследований важно для понимания особенностей структурирования и репрезентации публичного образа в целом и новой экономической роли женщин в отечественном агробизнесе в частности. Работа подводит нас к осознанию того, что журналистский дискурс является центральной площадкой формирования смыслов, где через выбор тем, ракурсов, героев и языковых средств либо закрепляются традиционные стереотипы, либо создаётся и продвигается новый, прогрессивный нарратив о женщине-предпринимательнице как драйвере экономического и социального развития.

При этом диссертант справедливо отмечает, что тема женского предпринимательства сегодня в определенной степени находится на периферии общественного и журналистского дискурсов, относится к «фигурам умолчания», что делает женскую аграрную риторiku одновременно знакомой, однако не всегда эмоционально заряженной и социально привлекательной (с. 4).

Материалом для исследования послужил отечественный медиа-контент о женском предпринимательстве в аграрной сфере периода 2015-2021 гг., в частности публикации, транслирующие современное состояние и перспективы женского агробизнеса. Все это определяет несомненную актуальность данной работы.

Новизна научной установки определяется комплексным теоретико-прикладным характером анализа в попытке рассмотреть способы репрезентации участия женщин в агробизнесе в ключевых сегментах медиополя Таджикистана – печатных изданиях, теле- и радиоматериалах. Диссертант выявляет и классифицирует конкретные медийные механизмы и нарративные стратегии, через которые конструируется

образ женского предпринимательства в аграрной сфере, что ранее не становилось предметом специального научного рассмотрения.

Бесспорным преимуществом диссертации следует считать разработанную соискателем этапизацию трансформации женских ролей в Таджикистане, начало которой обозначается 1920-30 годами – временем расцвета женской эмансипации, после рассматривается специфика советского гендерного порядка, включая Великую Отечественную Войну и доперестроечный период; значимым представляется описание и анализ женского вопроса во временных рамках гражданской войны и таджикского миростроительства, а также институционализированный статус этого вопроса на современном этапе.

Положительных комментариев заслуживает стремление соискателя рассмотреть правовую базу в контексте повышения роли женщин во всех сферах национальной экономики. Х.М. Комилова приводит выдержки из текстов государственных программ, национальных стратегий, отраслевых проектов, Законов Республики Таджикистан и пр.

Фактологическая ценность исследования определяется презентацией статистических данных, которые, в свою очередь показывают «гендерную чувствительность» (с. 45) и еще раз подтверждают актуальность оппонируемого научного труда.

Цель исследования, несмотря на сжатую формулировку, достаточно многогранна, что проявляется в 6 поставленных диссертантом задачах и 6 положениях, выносимых на защиту, – все эти рубрики сосредоточены на раскрытии специфики женского агробизнеса и конструировании медиаобраза представительниц агробизнеса через качественные, количественные и жанровые параметры анализируемого медиаконтента. Объект и задачи исследования, которые были реализованы в ходе исследования, отражены в 6 положениях, выносимых на защиту.

В контексте рассмотрения различных аспектов гендерного дисбаланса в медиаполе Х.М. Комилова проявляет деликатность в

критике действующих моделей раскрытия женского вопроса в аграрной плоскости. Диссертант также демонстрирует взвешенную, академически корректную позицию в формулировке выводов, избегая категоричных суждений и предлагая интерпретации, основанные исключительно на результатах проведенного анализа.

Соискатель убедительна в своих суждениях о стереотипности журналистского дискурса в контексте образа женщин в аграрном предпринимательстве. Это подтверждается высокой текстовой плотностью – деривационный ряд термина «стереотип» встречается в тексте диссертации 42 раза, а все контексты свидетельствуют об упрощенном восприятии женского предпринимательства в том числе и в медиариторике.

Интересны суждения диссертанта о социальном портретировании как об особом жанре журналистского дискурса (с. 86), а также об эволюции образа женщины-таджички в медиадискурсе в отечественной прессе («Азия-плюс», «Вечерка», «Минбари халк», «Народная газета» и др.).

Исследовательскую ценность представляет разработанный соискателем список параметров социального облика женщин, занятых в агробизнесе: удовлетворенность своим социальным статусом, количество свободного времени вне работы и домашних обязанностей, состояние здоровья, а также общее настроение и перспективы на будущее, условия ведения бизнеса, психологическая атмосфера в коллективе и особенности взаимоотношений между участниками предпринимательской деятельности (с. 95). Не менее значимым выводом можно считать выделение ряда характерных черт социального портрета женщины-предпринимателя, которые входят в «общедоминирующий» тип – образ успешной бизнес-леди (с. 101).

Важным представляется также вывод автора о том, в медийном освещении темы женского предпринимательства в отечественном

аграрном секторы используются две основные формы авторского изложения — монотекст и политекст, которые существенно влияют на формат коммуникации прессы с читателем. Жанровый анализ показал, что доминируют краткие информационные форматы (заметка, пресс-релиз), тогда как аналитические материалы практически отсутствуют, а портретный очерк представлен единичным случаем.

Все три главы работы завершаются обобщениями; это обеспечивает логическую связность и поэтапное накопление научных результатов, что структурирует исследование и подготавливает базу для итогового синтеза.

Таковы в целом объективные и бесспорные результаты оппонируемого исследования.

В порядке дискуссии позволим себе высказать вопросы и замечания, возникшие в ходе прочтения работы.

1. Современное медиапространство заточено под потребности и интересы аудитории, оно (в идеале) ориентировано на компоненты менталитета со всем многообразием его образов, из которых особой сакральностью обладают архетипы, которые собственно и лежат в основе любого медиаобраза. На наш взгляд, суждения диссертанта о конструировании образа могли бы быть расширены за счет обращения к фундаментальной теории архетипа, принадлежащей перу Карла Юнга.

2. Для большей репрезентативности исследования целесообразно было бы указать общий объём проанализированного текстового массива, а также обозначить географический охват — частотность упоминания отдельных регионов Таджикистана, которые представляют героини рассматриваемых медиаматериалов.

3. В одном из заключительных положений диссертант приводит данные о том, что вовлечением женщин в сферу малого и среднего предпринимательства сельскохозяйственного направления занимались не только правительство и местные органы власти, но и общественные

организации («Зан ва Замин» («Женщины и земля»), «Гендер и развитие», «Занхои дехот» («Женщины деревень»), «Дилафруз», «Бонувони Хатлон» («Женщины Хатлона»), НАДЖТ и др. (с. 148)). Считаем возможным поставить перед диссертантом вопрос о том, насколько их проекты находили отражение в СМИ, формировали ли они публичный нарратив о женщинах-предпринимательницах, использовали ли информационные поводы (например, итоги проекта, вручение грантов) для привлечения внимания прессы и создания позитивного информационного поля вокруг темы.

4. В работе представлен подробный анализ различных тенденций (структурных, жанровых, социальных, нарративных и пр.), связанных с освещением заявленной темы. Представляется целесообразным, определить, какие из выявленных тенденций являются устойчивыми, а какие носят ситуативный характер.

5. Думается, что вопросы медиадискурса, посвященного женскому участию в агробизнесе, могли бы получить дополнительные грани и границы за счет сравнительного анализа с другими странами Центральной Азии и/или государствами СНГ.

Высказанные замечания носят дискуссионный или частный характер и направлены на уточнение положений диссертации, не умаляя значимости проведенного исследования и полученных результатов.

Аннотации диссертации и публикации (4 статьи) по теме исследования в ведущих рецензируемых изданиях из перечня ВАК при Министерстве высшего образования и науки Российской Федерации, полностью раскрывают основное содержание диссертации.

Все сказанное позволяет заключить, что диссертация «Особенности освещения в СМИ Республики Таджикистан участия женщин в агробизнесе (2015–2021 гг.)» представляет собой научно-квалификационную работу, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения,

совокупность которых можно квалифицировать как научное достижение, соответствует требованиям, изложенным в пп. 9-14 действующего «Положения о порядке присуждения ученых степеней». Автор диссертации, Комилова Хосиятхон Мирисломовна, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

доктор филологических наук



Хасанова Тахмина Гаюровна

Контактные данные:

доктор филологических наук

ДОК № 004607 от 15.02.2023 г., № 260/нк - 27

Специальность: 10.01.10 – Журналистика

Место работы: филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в городе Душанбе

Должность: доцент кафедры Лингвистика

Адрес организации:

734003, Республика Таджикистан,

г. Душанбе, улица Бохтар, 35/1

Тел.: +992(37)2219914; +992935101116

Email: azamat99996@mail.ru

Подпись Хасановой Т.Г. заверяю

Начальник отдела кадровой политики и

специальных работ филиала МГУ

им. М.В. Ломоносова в г. Душанбе



Пирназар С.М

«19» января 2026 года