

ОТЗЫВ

на диссертацию на соискание учёной степени кандидата наук

Шундич Марияны

по теме

«ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО И НЕГАТИВНОГО
ИМИДЖА РОССИИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ СТРАН БЫВШЕЙ
ЮГОСЛАВИИ (2014-2024 гг.)»

доктора политических наук, доцента Володенкова Сергея Владимировича,
включённого в списочный состав диссертационного совета Финансового
университета Д 505.001.123 по защите диссертаций на соискание ученой
степени кандидата наук,
на соискание ученой степени доктора наук

Шундич Марияна представила диссертацию на тему: «Технологии формирования позитивного и негативного имиджа России в медиапространстве стран бывшей Югославии (2014–2024 гг.)» на соискание учёной степени кандидата политических наук к публичному рассмотрению и защите по научной специальности 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии.

Содержание диссертации соответствует паспорту научной специальности 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки):

п. 29 «Информационные процессы и управление политическими коммуникациями: традиционные СМК, социальные медиа и сети»;

п. 30. «Политические технологии и специфика их применения».

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

Отмечаю, что:

1) соискатель учёной степени Шундич Марияна предложила значимое для науки и практики решение актуальной научной задачи, имеющей важное политическое:

— проведена структурная операционализация процесса формирования образа Российской Федерации в сознании граждан стран бывшей Югославии посредством медиа технологий, выявлены дискурсы, контексты и приемы информационных потоков о России в пространстве медиа Хорватии, Черногории и Сербии, определены направления и способы совершенствования формирования позитивного имиджа России в медиапространстве стран бывшей Югославии;

2) соискатель учёной степени Шундич Марияна ввела в научный оборот следующие новые научные результаты:

теоретические - исследованы социальные, политические и

исторические предпосылки формирования образа России в сознании граждан стран бывшей Югославии;

практические - разработана авторская оригинальная методика изучения роли медиа контента и стратегии его создания в конструировании образа страны в сознании граждан, обеспечивающая методическую базу для дальнейшего эмпирического анализа смежного предметного поля;

выявлены тенденции трансформации технологий медиа, таргетированных на аудиторию стран бывшей Югославии в период с 2014 г. по 2024 г., в формировании имиджа России, позволяющие определить механизмы данного процесса в странах с неоднородным мнением относительно позиций России в мире и регионе;

3) диссертация «Технологии формирования позитивного и негативного имиджа России в медиапространстве стран бывшей Югославии (2014–2024 гг.)» обладает достаточным для квалификационной работы данного уровня внутренним единством. *Однако, необходимо отметить неудачную формулировку темы исследования, исходя из которой можно предположить, что страны бывшей Югославии имеют единое медиапространство (что таковым не является). Более корректно тема звучала бы следующим образом: «Технологии формирования позитивного и негативного имиджа России в медиапространствах стран бывшей Югославии (2014–2024 гг.)».*

Также не вполне корректной выглядит формулировка главы 1: «Теоретико-методологическая основа исследования технологий формирования имиджа государства в медиапространстве». Вместо теоретико-методологических основ технологий было бы более корректно акцентировать внимание на теоретико-методологических основаниях исследования процессов формирования имиджа.

Кроме того, автор 302 раза использует в своей работе термин «имидж» и 252 раза – термин «образ». Проводит ли автор разницу между данными понятиями либо же они в его представлении являются синонимичными? В связи с этим нам представляется, что в работе присутствует эклектика и «жонглирование» терминами. Так, например, гипотеза работы (С. 10): формирование имиджа Российской Федерации в медиа стран бывшей Югославии необходимо рассматривать в непосредственной преемственности с образом Российской Империи и СССР. Т.е. у России – имидж, а у Российской империи и СССР – образ? «Факторами формирования имиджа Российской Федерации в сознании граждан стран бывшей Югославии служат образование, социально-профессиональный статус, доход и возраст» (С. 207), но в задачах (С. 9) – исследование социальных, политических и исторических предпосылок

формирования образа России в сознании граждан стран бывшей Югославии. Таких примеров по тексту можно привести достаточно много.

Отметим, что подобных несоответствий в тексте достаточно и по другим основаниям. Например, автор использует понятия медиа, информационного пространства, медиaprостранства и т.д., вызывая вопросы по корректности их одновременного применения. Так, в названиях глав 1 (Теоретико-методологическая основа исследования технологий формирования имиджа государства в медиaprостранстве) и 3 (Оптимизация процесса формирования имиджа России в медиaprостранстве стран бывшей Югославии) речь идет о медиaprостранстве, а в названии главы 2 (Продуктивность технологий формирования имиджа России в информационном пространстве медиа стран бывшей Югославии) - об информационном пространстве. Формулировка же «информационное пространство медиа» вообще представляется нам сомнительной. Далее в параграфах автор пишет о пространстве медиа и т.д. В связи с этим возникает вопрос о целесообразности и корректности применения различных терминов в рамках одной работы (информационное пространство, медиaprостранство, пространство медиа и т.д.), тем более они не являются синонимичными (информационное пространство является более широким понятием применительно к медиaprостранству, которое является частью информационного и т.д.).

Кроме того, в работе автор указывает, что «цель исследования состоит в осуществлении оценки продуктивности медiateхнологий формирования образа России» (С. 8), однако слово «продуктивность» в работе встречается всего 2 раза – в формулировке цели и в названии главы. В выводах по поводу продуктивности также ничего не упоминается (равно как и в заявленных задачах), в. т.ч. и что подразумевает автор под данным термином. Таким образом, мы можем предположить, что обозначенная в диссертационном исследовании цель могла быть не достигнута. Здесь необходимо пояснение автора в ходе защиты.

Также обратим внимание на то, что гипотеза в работе сформулирована достаточно расплывчато и занимает в связи с этим более 1 страницы. Одна из задач исследования (анализ отношения медиааудитории стран бывшей Югославии к России и российской внешней политики периода с 2014 г. по 2023 г.) не является корректной, т.к. анализ – это исследовательская процедура и инструмент, который не может выступать в качестве самостоятельной задачи. Кроме того, нам представляется, что предмет исследования не коррелирует явным образом с заявленной целью исследования;

4) обоснованность положений и выводов диссертации «Технологии формирования позитивного и негативного имиджа России в медиaprостранстве стран бывшей Югославии (2014-2024 гг.)» подтверждена следующими аргументами:

Положение 1. «Исторические связи стран бывшей Югославии с Россией и степень их интеграции с политическими и экономическими институтами Западной Европы играют ключевую роль в формировании образа России в СМИ этих государств. Сербия, с ее культурной и исторической близостью к России, демонстрирует высокий уровень российского присутствия в медиа (ок. 20% публикаций о Российской Федерации), что способствует распространению позитивных образов России. В то же время, медиа Черногории и Хорватии, глубже интегрированные в западноевропейскую систему, систематически создают негативный имидж (С. 116–122)». *Однако, нам представляется, что данный тезис является скорее не положением, требующим своего доказательства, а результатом проведенного эмпирического исследования, на основе которого и должно формулироваться положение. При этом в положении указывается, что ключевую роль в формировании образа России играют исторические связи стран бывшей Югославии с Россией, а в выводах к работе (С. 207) отмечается, что «факторами формирования имиджа Российской Федерации в сознании граждан стран бывшей Югославии служат образование, социально-профессиональный статус, доход и возраст». Что же на самом деле является определяющим?*

Положение 2. «Технологии формирования образа Российской Федерации заметно различаются в официальных и особенно в неформальных медиа, охватывающих аудиторию Сербии, Черногории и Хорватии. Несмотря на значимое присутствие в официальных медиа Сербии и безоговорочное в СМИ Черногории и Хорватии негативных по отношению к России контекстов, в неформальных социальных медиа довольно интенсивно развиваются дискурсы, показывающие Россию с позитивной стороны. Официальные сербские медиа для создания позитивного имиджа чаще всего используют фреймы, показывающие Россию как защитника традиционных ценностей и противника американской гегемонии и неоколониальной мировой системы (прием фрагментации). В Черногории и Хорватии медиа, наоборот, искажают факты (например, говоря о жертвах среди мирных населения во время СВО) и упрощают мотивы действия России, представляя ее негативно (прием примитивизации). При этом в неофициальных медиа (социальных онлайн-сетях) Сербии преобладают контексты, поддерживающие стереотипизацию агрессивной российской внешней политики, когда в Черногории и Хорватии развиваются дискурсы, показывающие Россию с позитивной стороны (С. 122–128)». *И вновь, данный тезис является скорее не положением, требующим своего*

доказательства, а результатом проведенного эмпирического исследования, на основе которого и должно формулироваться положение. Кроме того, автор указывает, что «технологии формирования образа Российской Федерации заметно **различаются** в официальных и особенно в неформальных медиа, охватывающих аудиторию Сербии, Черногории и Хорватии», однако далее пишет о характере (негативный-позитивный) контекстов и дискурсов, вообще не упоминая технологии и различия в них. Возможно, автор сможет пояснить на защите, в чем же заключаются технологические различия;

Положение 3. «Обострение на границе с Украиной в 2021 г. и начало спецоперации России в Украине в 2022 г. разделило процесс формирования образа России на два периода: 2014–2021 гг. (рациональная аргументация) и 2022–2024 гг. (эмоциональная стереотипизация). В период 2014–2021 гг. в медиа стран бывшей Югославии использовались рациональные аргументы для формирования имиджа России. В этот период наблюдался резкий рост публикаций о России, однако интерес постепенно угасал до конца 2021 года. Ключевыми событиями, повлиявшими на восприятие, стали: Евромайдан, присоединение Крыма, признание независимости Донецкой и Луганской республик (С. 100–104)» *И вновь, данный тезис является скорее не положением, требующим своего доказательства, а результатом проведенного эмпирического исследования, на основе которого и должно формулироваться положение;*

Положение 4. «Период 2022–2024 гг. характеризуется доминированием эмоциональной стереотипизации (повтор тезиса из положения 3) и искажения фактов, что связано с началом спецоперации в Украине. Объем публикаций о России достиг максимума, а риторика в ее отношении ужесточилась. В медиа активно конструируется негативный образ России, ориентированный на стереотипы, а не на объективные факты. СМИ начали стремиться создать образ России как террористического государства, ответственного за многочисленные жертвы в Украине, используя иррациональные технологии, которые акцентируют внимание на негативных аспектах (С. 105–115)». *И вновь, данный тезис является скорее не положением, требующим своего доказательства, а результатом проведенного эмпирического исследования и описанием содержательной динамики в медианпространствах стран бывшей Югославии, на основе которого и должно формулироваться положение;*

Положение 5. «Существует эмпирически доказанная связь между предпочтением гражданами стран бывшей Югославии определенных типов медиа и их восприятием России. Официальные медиа чаще всего транслируют негативные образы, в то время как часть граждан,

ориентирующихся на более широкий спектр источников, включая социальные медиа, формируют более сбалансированное и конструктивное восприятие Российской Федерации. Это создает противоречие между официальной позицией властей и общественным мнением (С. 130–141)»;

Положение 6. «Для улучшения системы формирования имиджа России в медиа стран бывшей Югославии необходимо развивать альтернативные каналы массовой коммуникации, включая новые медиа, а также сотрудничать с лидерами общественного мнения, готовыми участвовать в распространении адекватного и конструктивного образа России в сербском, черногорском и хорватском национальных сегментах медиа пространстве. Важно активизировать российское информационное присутствие, равномерно распределяя потоки информации и работая с российской диаспорой (С. 185–189; 192–193)»;

Положение 7. «Улучшение содержания российских информационных потоков должно основываться на акценте на общей исторической памяти, культурной близости, традиционных ценностях и совместной борьбе против однополярного мира, что поможет формировать более позитивный образ России (С. 193–199)». Данное положение выглядит достаточно тривиальным.

В целом представляется избыточным наличие сразу 7 положений, которые могли бы быть меньшими по числу, но более глубокими и значимыми по содержанию.

Выводы диссертации представляются в целом обоснованными. Однако, **следует отметить, что в заключении к работе автор использует не относящиеся непосредственно к выводам работы блоки текста: перечисление теорий, объясняющих процесс конструирования имиджа страны в медиaprостранстве других государств, описание постулатов реализма и конструктивизма (С. 202–203); перечисление использовавшихся в работе методов (С. 203–204), уже отраженных в разделе методологии во введении к работе; цитаты из собственных работ (С. 205).** Таким образом, **значительная часть заключения работы посвящена не выводам по работе, а описанию теорий и методов, что должно быть отражено в других разделах исследования. Кроме того, в заключении отсутствует информация о том, нашла ли подтверждение в ходе и по результатам исследования выдвинутая автором гипотеза;**

Достоверность результатов, полученных Шундич Мариейной, обусловлена использованием современных, адекватных изучаемым явлениям, подходов и методик сбора и обработки исходной информации, использованием методов научного исследования, отвечающих цели и задачам исследования, в т.ч.: сетевого подхода для изучения динамических и структурных характеристик медиа контента о России в национальных

сегментах средств массовой коммуникации стран бывшей Югославии использовался, позволившего оценить значения этих характеристик в контексте управляемости / спонтанности формирования имиджа России в национальных медиа сегментах Сербии, Черногории и Хорватии; когнитивного подхода, позволившего исследовать технологии рационального и иррационального воздействия на формирование положительного и негативного имиджа России в медиасреде стран бывшей Югославии; методов сбора информации - дискурс-анализа как ведущего способа выявления технологий формирования позитивного и негативного имиджа России, полужформализованного кросс-национального онлайн-опроса, автоматизированного анализа Интернет-контента с применением ПО (мониторинг социальных медиа, мониторинг электронных СМИ); методов анализа информации – осевого и кросс-табуляционного распределения значений изучаемых признаков;

5) результаты диссертации Шундич Марияны нашли практическое применение в практической деятельности федерального агентства по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству. Результаты кросс-национального опроса, проведенного в странах бывшей Югославии, позволили усовершенствовать стратегию взаимодействия с молодежью из этих стран, учесть их представления о России и создать условия для преодоления у них стереотипного восприятия российского общества. Выводы и положения диссертации использованы в процессе реализации главной миссии организации Россотрудничество – усилении гуманитарного влияния России в мире, в частности в процессе обеспечения информационного и социогуманитарного присутствия Российской Федерации в Сербии, Черногории и Хорватии. Также результаты диссертационного исследования используются в практической деятельности ФГБОУ ВО «Среднерусский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»;

6) диссертация содержит сведения о личном вкладе Шундич Марияны в науку, который выразился в непосредственном участии автора диссертации на всех этапах процесса исследования, личном участии автора диссертации в апробации результатов исследования, подготовке основных публикаций по выполненной работе.

7) все материалы или отдельные результаты, заимствованные Шундич Марианой из чужих текстов (работ), оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования.

Соискатель учёной степени Шундич Марияна, к сожалению, не указала в работе, что все результаты исследований, описанные в данной работе, были

получены автором лично и самостоятельно. Однако, исходя из анализа текста, мы можем отнести к личному вкладу следующее: результаты работы, отражающие новизну исследования и представленные в положениях, выносимых на защиту, получены соискателем лично. Цели, задачи, алгоритм и выводы исследования сформулированы лично соискателем. Подготовка четырех публикаций проводилась в соавторстве, при этом вклад автора был основным.

8) основные научные результаты диссертации опубликованы в рецензируемых научных изданиях в 8 публикациях общим объемом 7,03 п.л. (авторский объем – 6,63 п.л.), в том числе 6 (в реферате указаны 6, но в списке публикаций отражены 7) работ общим объемом 4,68 п.л. (авторский объем – 4,38 п.л.), опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

Отметим, что статья «Шундич, М. Медиа в конструировании образа России у граждан стран бывшей Югославии (2014-2023 гг.) / А.Ю. Домбровская, М. Шундич // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2024. – No 3 (49). – С. 36-62» опубликована в журнале, не включенном в перечень ВАК по научной специальности 5.5.2.

9) соискатель учёной степени Шундич Марияна в ходе работы над диссертацией и подготовке к публичной защите показал, что она обладает навыками и склонностью к научной работе.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация соответствует заявленной научной специальности и может быть допущена к защите, а также в целом соответствует формальным установленным критериям и требованиям с учетом высказанных замечаний.



(личная подпись)

Володенков Сергей Владимирович

доктор политических наук, доцент

06.12.2024

И
ситета
ухова
24 г.