

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

Содержание диссертации полностью соответствует паспорту научной специальности 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки), а именно: п. 29 «Информационные процессы и управление политическими коммуникациями: традиционные СМИ, социальные медиа и сети» и п. 30. «Политические технологии и специфика их применения».

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

Отмечаю, что:

- 1) соискатель учёной степени Шундич М. предложила решение актуальной научной задачи, имеющей важное политическое значение. Изучение технологий формирования имиджа России в зарубежных странах необходимо для определения их места в системе инструментов и механизмов, используемых для конструирования образа страны в зарубежных аудиториях, для выявления их

специфики в новых геополитических реалиях, а также для понимания особенностей репрезентации образа России в медиапространстве стран бывшей Югославии.

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

а) разработана методикаизучения медиапространства стран бывшейЮгославии, позволяющая оценить используемые технологии формирования имиджа России;

б) выявлены тенденции изменения контекстов и дискурсов материалов СМИ о России,таргетированных на аудиторию Сербии, Черногории и Хорватии, в период с2014 г. по 2024 г.

в) определены основания дифференциации нарративов о России и российской внешней политике в официальной прессе и социальных медиа стран бывшей Югославии:

г) установлена кросс-национальная специфика восприятия образаРоссии сербами, черногорцами и хорватами, выявлены факторыформирования их аттитюдов о Российской Федерации;

д) предложены пути совершенствования формирования имиджа России в медиасреде странбывшей Югославии.

3) Диссертация«Технологии формирования позитивного и негативного имиджа России в медиапространстве стран бывшей Югославии (2014–2024 гг.)»в целом решает поставленные задачи.В первой главе автор представляет теоретические и методологические основы исследования, выделяя ряд ключевых с ее точки зрения, теорий, объясняющих технологии формирования имиджа страны в медиапространстве (реалистическая, конструктивистская, культурная, теория идентичности, теория мягкой силы и теория публичной дипломатии), а затем описывает методологию и методику своего исследования. Во второй главе представлены результаты проведенного автором исследования медиапространства трех стран бывшей Югославии и результаты проведенного опроса граждан трех стран. Методом дискурс-анализа выявлены основные

характеристики образа России в медиасреде Хорватии, Черногории и Сербии в период с 2014 г. по 2024 г., установлены два периода, границами которых служат события включения территории Крым в состав РФ и начала специальной военной операции. В ходе опроса выявлены представления сербов, хорватов и черногорцев о России, показана их относительная зависимость от транслируемых средствами массовой информации сообщениями. В третьей главе рассматриваются предпосылки и пути улучшения имиджа России в медиапространстве стран бывшей Югославии, предлагаются стратегии и методы формирования адекватного и нестереотипного образа России в сознании аудитории медиа Сербии, Черногории и Хорватии.

- 4) Обоснованность положений и выводов диссертации «Технологии формирования позитивного и негативного имиджа России в медиапространстве стран бывшей Югославии (2014–2024 гг.)» подтверждена следующими аргументами:
 - А) разработанная автором методика исследования дискурса о России в медиапространстве Сербии, Хорватии и Черногории не противоречит основным положениям существующей теории дискурса;
 - Б) методика опроса граждан трех указанных стран составлена в соответствии с общепринятыми правилами проведения социологических опросов.
- 5) результаты диссертации Шундич М. могут быть использованы профильными структурами МИД и других органов власти РФ, отвечающих за формирование позитивного имиджа страны в зарубежных аудиториях.
- 6) диссертация содержит сведения о личном вкладе Шундич М. в науку, который выразился в разработке методики дискурс-анализа медийного пространства Сербии, Черногории и Хорватии, в проведении исследования представления жителей этих стран о России и выявлении факторов, влияющих на формирование позитивного имиджа нашей страны в зарубежных аудиториях.
- 7) материалы или отдельные результаты, заимствованные Шундич М. из чужих текстов (работ), в тексте диссертации в основном оформлены надлежащим образом с указанием источника заимствования. Есть отдельные неточности. Так, на с. 57 при изложении дискурсивной теории Э. Лакло и Ш. Муфф

цитирование осуществляется со ссылкой на работу М.В. Йоргенсена. Р. Лазарсфельд назван соавтором работы Р.К. Мертон «Social Theory and Social Structure». Кстати, есть издание этой работы на русском языке: *Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура* / Пер. с англ. Е. Н. Егоровой, и др.; науч. ред. З. В. Коганова. — М.: АСТ, Хранитель, 2006.

Соискатель учёной степени Шундич М. указала, что лично ею получены следующие результаты:

1) Установлены два периода в формировании имиджа России в странах бывшей Югославии: 2014–2021 годы и 2022–2024 годы. В первый период доминировали приемы рациональной аргументации, направленные на создание дискурса «угрозы европейской безопасности», во второй период ведущими стали приемы иррационального манипуляционного воздействия (стереотипизация, примитивизация и ценностное подчинение), нацеленные на аффективное реагирование в ущерб рациональным доводам, что связано с объективными обстоятельствами невозможно

2) Выявлено рассогласование между доминирующими в прессе стран бывшей Югославии дискурсами о России и представлениями существенной доли граждан этих стран о России и ее внешней политике. В частности, несмотря на преобладающий в национальных медиасегментах негативный имидж Российской Федерации, исследование выявило заметную часть граждан стран бывшей Югославии демонстрирующих конструктивное отношение к России и ее действиям на международной арене.

3) Указано на необходимость учета различных факторов в формировании имиджа России в зарубежных странах.

4) Сделан вывод о том, что конструирование положительного имиджа Российской Федерации в медиа Сербии, Черногории и Хорватии предполагает: развитие альтернативных СМИ, в том числе новых медиа, транслирующих позицию России по текущей мировой повестке, и вовлекающих в онлайн-сети граждан стран бывшей Югославии; сотрудничество с лидерами общественного мнения в онлайн-среде, готовыми участвовать в

распространении адекватного и конструктивного образа России в сербском, черногорском и хорватском национальных сегментах медиапространства; активизацию российского информационного присутствия в национальных секторах; развитие системной работы с представителями российской диаспоры в странах бывшей Югославии.

5) Установлено, что российское медийное присутствие в СБЮ затруднено влиянием западных медиа.

Замечания:

1) Следовало бы более четко прописать авторское определение понятия «имидж государства (страны)». Понятия «образ» и «имидж» автором используются как взаимозаменяемые, хотя в научной литературе они разводятся.

2) Представленная в диссертации методика исследования дискурса о России в медийном пространстве Сербии, Хорватии и Черногории приемлема и позволила автору прийти к интересным выводам. Однако стоит вопрос: формирование дискурса о России и формирование имиджа России – это одно и то же. И далее: технологии формирования дискурса о России и технологии формирования имиджа о России – это одно и то же?

3) Вызывает сомнение необходимость деления технологий формирования имиджа на технологии эмоционального (иррационального) воздействия и технологии рационального влияния. Между ними настолько зыбкая грань, что в конечном итоге различие между ними выливается в субъективную оценку степени рациональности той или иной технологии конкретным исследователем.

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

9) соискатель учёной степени Шундич М.в ходе работы над диссертацией проявила глубокие теоретические знания по научной специальности 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки)

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация соответствует заявленной научной специальности и может быть допущена к защите.



Пушкарева Галина Викторовна,
доктор политических наук, профессор

29.11.2024

С
Г
о



Гета
кова
Г.