

053031

Зам. начальника Управления научной политики	
Начальник Отдела диссертационных советов	
	
М.И. Иноземцев	
« »	20 г.

МИНИСТЕРСТВО ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Московский государственный институт международных отношений
(университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации»

Проспект Вернадского, дом 76, г. Москва, 119454
Тел.: (495) 229-40-49 Факс: (495) 229-38-00



01.09.2025 № 086/ОАС

На № _____ от _____

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по научной работе
ФГАОУ ВО «Московский государственный институт
международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел
Российской Федерации»



И.О. Фамилия, доцент А.А. Байков

августа 2025

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования «Московский государственный институт
международных отношений (университет) Министерства иностранных дел
Российской Федерации» (МГИМО МИД России)

о диссертации Ху Жуйци на тему

«Особенности формирования и продвижения имиджа КНР в российском
медиапространстве (2018–2022 гг.)», представленную на соискание учёной
степени кандидата филологических наук по специальности
5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Предлагаемая к защите диссертация представляет собой самостоятельное
и оригинальное исследование, посвящённое актуальной и социально значимой
проблематике формирования имиджа Китайской Народной Республики в
российском медиапространстве. Диссертационная работа включает введение,
основную часть, состоящую из трёх глав и девяти параграфов, заключение,
список использованной литературы и приложения. Общий объём диссертации
составляет 224 страницы.

Объектом настоящего исследования выступает имидж Китайской Народной Республики в медиапространстве Российской Федерации. В качестве предмета рассматриваются особенности его формирования и продвижения в 2018–2022 гг. Целью диссертационной работы является выявление факторов, влияющих на формирование имиджа КНР, на основе анализа существующих теоретических подходов и практик стратегической коммуникации. Исследуемый период охватывает значимые внешне- и внутриполитические события, оказавшие влияние на медиарепрезентацию Китая в российской информационной среде.

Диссертация состоит из трёх глав, отражающих теоретические и прикладные аспекты формирования имиджа КНР.

Во Введении диссертационного исследования прослеживается логика научного поиска: обоснована актуальность заявленной темы, охватывающей период 2018–2022 гг., проведён анализ степени её изученности в научной литературе, чётко сформулированы объект, предмет, цель и задачи работы. Автор уделяет особое внимание раскрытию научной новизны, формулировке положений, выносимых на защиту, а также обоснованию теоретико-методологической базы исследования. Кроме того, во введении отражены теоретическая и практическая значимость выполненной работы.

Первая глава диссертационного исследования посвящена теоретико-методологическим аспектам формирования национального имиджа в условиях многополярного мира. В ней рассмотрены ключевые теории имагологии, подходы российских, китайских и западных исследователей, а также концепция «мягкой силы» как инструмент внешнеполитического влияния. Особое внимание уделено трансформации имиджа КНР в цифровую эпоху и роли государственных медиа в формировании альтернативной международной повестки.

Вторая глава диссертации посвящена анализу репрезентации образа КНР в российском медиапространстве в условиях перехода от глобализации к многополярному миру. В ней рассматриваются особенности освещения Китая в российских информационных источниках, применение инструментов «мягкой силы» с ориентацией на восприятие российской аудиторией, а также проводится сопоставление стратегий представления КНР в российских и китайских русскоязычных медиа. Особое внимание уделяется медиапозиционированию Китая в контексте ключевых внешнеполитических событий 2018–2022 гг., включая отношения с США, пандемию COVID-19 и международные инициативы. Анализ построен на данных медиамониторинга и социологического опроса, что позволяет автору выявить тенденции

формирования позитивного образа страны. Кроме того, в работе прослеживается различие в стратегиях подачи материалов между российскими СМИ и китайскими медиаресурсами, что отражает особенности внешнеполитической коммуникации Пекина.

В ходе рассмотрения материалов третьей главы организация ознакомилась с анализом ключевых направлений внешней коммуникационной стратегии КНР, представленных в диссертации как инструмент формирования политического имиджа. В работе рассматриваются трансформации информационной политики Китая — от традиционных медиа к цифровым платформам, что позволило расширить международное присутствие страны в медиaprостранстве.

Кроме того, автор анализирует институциональное развитие внешнеполитической медиастратегии и переход к транснациональной модели медиавещания, что соотнесено с современными теоретическими подходами. Также в исследовании обозначены актуальные проблемы репрезентации национального имиджа КНР в условиях цифровой среды, в том числе ограничения, связанные с централизованной моделью коммуникации и недостаточной степенью локализации контента для зарубежной аудитории, включая российское информационное пространство.

В **Заключении** диссертации обобщены ключевые результаты исследования, раскрывающие специфику формирования и продвижения национального имиджа КНР в российском медиaprостранстве в условиях перехода к многополярному миру. На основе комплексного анализа контента российских и китайских русскоязычных СМИ определены основные тенденции репрезентации Китая, выявлены доминирующие нарративы и медиастратегии, а также рассмотрены факторы, влияющие на восприятие образа КНР российской аудиторией в условиях трансформации глобального порядка.

Актуальность исследования определяется глубокими трансформациями глобальной информационной среды в эпоху цифровизации и нарастающей медиаконкуренции. Средства массовой информации и цифровые платформы выступают не только каналами формирования общественного мнения, но и ключевыми инструментами стратегического конструирования национального имиджа. Национальный имидж формируется в результате сочетания репутационных характеристик, уровня доверия и культурно-политических ассоциаций, при этом решающее влияние оказывают не столько объективные факты, сколько общественные настроения, стереотипы и политические нарративы, транслируемые через медиаресурсы.

Как справедливо отмечает автор, эволюция внешнекоммуникационной политики Китая за последние четыре десятилетия включает переход от институциональной пропаганды (1978–1999 гг.) через активную международную экспансию (2000–2017 гг.) к интеграции в глобальное медиапространство и развитию цифровой дипломатии (с 2018 г.). Этот контекст обуславливает выбор периода 2018–2022 гг. в качестве временных рамок исследования, что представляется методологически обоснованным. Особое значение в этот период приобретает изучение медийного образа КНР в российском информационном пространстве, когда углубление стратегического партнёрства сопровождалось рядом ключевых событий: продвижением инициативы «Один пояс — один путь», обострением американо-китайского торгово-технологического противостояния, пандемией COVID-19, усилением технологической конкуренции и трансформацией мирового порядка после начала СВО.

Диссертантом обоснованно зафиксирована необходимость изучения расхождений между официальным имиджем КНР, формируемым средствами государственной коммуникации, и его восприятием в российской медиасреде. Отдельного внимания заслуживает акцент на роли цифровых платформ как факторов, способствующих изменению международных представлений о Китае. Таким образом, в работе оправданно предпринята попытка системного анализа механизмов конструирования национального имиджа с учётом трансформации медиасреды. Исследование отличается целостным междисциплинарным подходом, объединяющим теоретические модели имиджа, стратегической коммуникации и цифровой медиааналитики, что придаёт ему актуальность и методологическую устойчивость.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в комплексном междисциплинарном анализе формирования и продвижения имиджа КНР в российском медиапространстве, с учётом теоретико-коммуникационных моделей, цифровой трансформации и геополитического контекста. В работе уточнены теоретико-методологические основы имиджмейкинга государства, включая концепции «мягкой силы», публичной дипломатии, национального брендинга (nation branding), транснациональной медиастратегии в логике модели Бартлетта–Гхошала и предложен интегральный аналитический подход, сочетающий библиометрический (CiteSpace, CNKI, Web of Science) и медиаконтент-анализ (на основе данных «Медиалогии»), позволивший выявить академическое и медийное поле восприятия КНР в России. Проведён системный анализ взаимодействия китайских и российских медиа (CGTN, «Синьхуа», RT, РИА «Новости», ТАСС и др.) с акцентом на трансляцию имиджевых стратегий, а

также разработана трёхуровневая модель медиасистемы КНР (официальные – адаптивные – лидеры общественного мнения), отражающая многоуровневую структуру формирования имиджа и её адаптацию к российской аудитории.

Исследователю удалось обосновать специфику транснациональной стратегии КНР, сочетающей централизованный контроль с ограниченной локальной адаптацией, выявив ключевые коммуникативные барьеры и стереотипы в восприятии Китая, связанные с культурными различиями и особенностями медиарегулирования. Кроме того, диссертант проанализировал динамику и дал уточнение зависимости эмоционального восприятия имиджа КНР от событийного контекста, что позволило оценить эффективность инструментов «мягкой силы» в российском медиаполе.

Полученные результаты, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертации, позволяют сделать следующие обобщения.: диссертационное исследование раскрывает специфику формирования и продвижения национального имиджа КНР в российском медиапространстве в условиях перехода к многополярному миру. На основе комплексного анализа контента российских и китайских русскоязычных СМИ определены основные тенденции репрезентации имиджа Китая, выделены доминирующие нарративы и медиастратегии, а также рассмотрены ключевые факторы, влияющие на восприятие медийного образа КНР российской аудиторией.

Анализ теоретико-методологических подходов показал, что имидж государства является управляемым коммуникативным конструктом, тесно связанным с концепцией «мягкой силы», публичной дипломатией и национальным брендингом. Применение модели межкультурной коммуникации Р. Льюиса позволило объяснить специфику реактивного стиля Китая в международной информационной политике. Использование программы CiteSpace при работе с публикациями баз данных Web of Science и CNKI подтвердило значимость темы национального имиджа КНР в международной научной повестке, несмотря на ограниченность научного обмена, что подчёркивает необходимость расширения международного сотрудничества.

Контент-анализ ведущих российских СМИ (РТ, РИА «Новости», ТАСС) выявил устойчивую динамику интереса к Китаю и преимущественно нейтральную тональность репрезентации его имиджа. Периодические колебания различной степени эмоциональной тональности связаны с глобальной медиаповесткой и меняющейся динамикой российско-китайских отношений. Основными темами в освещении КНР стали китайско-

американские отношения, тайваньский вопрос, технологическая конкуренция и двустороннее партнёрство. Имидж Китая воспринимается российской аудиторией как образ сильной экономической державы с богатым культурным наследием. Опросы подтвердили интерес россиян к китайской культуре, языку и межкультурному взаимодействию, что во многом стимулируется позитивным медийным фоном в отношении российско-китайского сотрудничества.

Анализ внешней коммуникационной стратегии КНР продемонстрировал её многоуровневую структуру, сочетающую традиционные СМИ, цифровые платформы и работу с лидерами мнений. Внимание уделяется транснациональному подходу, опирающемуся на модель Бартлетта–Гхошала, однако сохраняются вызовы, связанные с доминированием официального нарратива, централизованным производством контента и ограниченной локализацией. В диссертации предложены рекомендации, направленные на адаптацию медиаконтента КНР для российской аудитории, развитие локализованных форм коммуникации и укрепление взаимодействия с российскими медиаэкспертами, что способствует более эффективному формированию привлекательного образа Китая и углублению двустороннего стратегического партнёрства.

Научная и практическая ценность диссертационного исследования определяется его междисциплинарной направленностью и новизной применённого методологического инструментария. Использование библиометрического анализа в сочетании с медиаконтент-анализом позволило выявить динамику формирования образа КНР в российском медиапространстве и зафиксировать ключевые тенденции медиарепрезентации.

С научной точки зрения, работа уточняет понятийные рамки имагологии и теории международных коммуникаций, конкретизирует параметры устойчивости национального имиджа и демонстрирует продуктивность модели Бартлетта–Гхошала при анализе стратегий «мягкой силы». Практическая значимость диссертационного исследования Ху Жуйци проявляется в нескольких направлениях. Прежде всего, его выводы могут быть использованы китайскими и российскими СМИ, а также государственными структурами и частными коммуникационными агентствами для совершенствования медиастратегий, ориентированных на российскую аудиторию, включая локализацию контента и развитие транснационального подхода к вещанию. Кроме того, результаты

исследования могут быть интегрированы в образовательные программы по журналистике, медиакommunikациям, международным отношениям и регионоведению, способствуя подготовке специалистов в сфере внешнеполитических коммуникаций и культурного продвижения. Также эмпирическая база работы служит ресурсом для дальнейших научных исследований, посвящённых образу Китая в международном медиапространстве и сравнительным имагологическим исследованиям.

Автореферат адекватно передаёт содержание диссертационного исследования, охватывая его цели, задачи, гипотезу, структуру, методологическую основу и ключевые научные результаты. Текст представляет собой последовательное и целостное изложение сути выполненной работы.

При всей значимости проведённого исследования и высоком уровне его научной проработки, представляется уместным указать на ряд положений, которые, на наш взгляд, требуют дополнительного уточнения и аргументации.

1. В теоретической части диссертации (с. 33–49) обоснован выбор междисциплинарного подхода и использованы ключевые концепции, включая «мягкую силу», публичную дипломатию, национальный брендинг и модель Бартлетта–Гхошала (с. 141). Однако представляется целесообразным более чётко разграничить, какие из теоретических положений легли в основу анализа медиаконтента, а какие — в основу интерпретации данных опросов и социологических наблюдений.

2. Требуется уточнения, как именно концепция межкультурной коммуникации Р. Льюиса, включая характеристику Китая как реактивной культуры, была интегрирована в исследовательскую модель. Данный аспект затрагивается в эмпирической части диссертации — в параграфе 2.3 (с. 111), однако его дополнительное пояснение могло бы способствовать более тесной связности между теоретическим обоснованием и анализом медиаконтента.

3. При использовании базы данных «Медиалогия» в основном были задействованы ключевые слова «Китай» и «Китайская Народная Республика». Однако возможно, что включение дополнительных тематических маркеров (например, «Си Цзиньпин», «Один пояс — один путь») позволило бы получить более полную картину медийного освещения. Эти аспекты рассматриваются в диссертации на сс. 66–84, однако их расширенное использование могло бы усилить аналитическую глубину исследования.

Диссертационное исследование Ху Жуйци является завершённой научно-квалификационной работой, в которой представлено новое решение актуальной научной задачи в области журналистики, медиакоммуникаций и имагологии, имеющей важное значение для развития филологических наук и теории международного информационного взаимодействия. Работа отличается логичной структурой, обоснованной методологией, высоким уровнем теоретической и эмпирической проработки, а также прикладной направленностью выводов и рекомендаций.

Диссертация соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении учёных степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утверждённого учёным советом РУДН (протокол № УС-1 от 22.01.2024 г.), а её автор, Ху Жуйци, заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика.

Отзыв подготовлен кандидатом социологических наук, деканом факультета международной журналистики, и.о. заведующего кафедрой международной журналистики Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации Я.Л. Скворцовым.

Отзыв обсужден и одобрен на заседании кафедры международной журналистики ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, протокол № 6 от 28 августа 2025 г.

**И.о. зав. кафедрой
международной журналистики,
декан факультета
международной журналистики
МГИМО МИД России
канд. социол. наук**

 **Я.Л. Скворцов**

Москва, Проспект Вернанского, 76
+7 495 234-84-81
mzh@inno.mgimo.ru

