

ОТЗЫВ

официального оппонента Шестериной Аллы Михайловны о диссертации Музыкантова Егора Тимуровича «Стратегии и тактики конструирования имиджа У. Черчилля как политического лидера», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) в Диссертационный совет ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Тема исследования Музыкантова Егора Тимуровича сохраняет высокую научную **актуальность**, которая обусловлена, прежде всего, тем, что в современной политической науке имидж рассматривается как один из ключевых факторов политического лидерства. Исследователи отмечают, что политический лидер воспринимается обществом не только через реальные действия, но и через специально сконструированный образ, который формируется посредством речевых практик, символов и часто реализуется по каналам массовой коммуникации. В работах российских ученых подчеркивается, что образ лидера представляет собой сложный социально-психологический конструкт, оказывающий существенное влияние на политическое поведение граждан.

Особую значимость данная проблематика приобретает в контексте изучения исторических политических лидеров, чьи модели коммуникации продолжают использоваться в современной политической практике. Среди таких фигур особое место занимает Уинстон Черчилль, чей образ стал одним из наиболее узнаваемых «политических брендов» XX века. Современные исследователи подчеркивают, что образ Черчилля продолжает активно использоваться в политическом, публицистическом и рекламном дискурсах.

Не менее важным является и медийный аспект проблемы. Исследователи отмечают, что средства массовой информации выступают ключевым инструментом формирования политического имиджа. Применительно к Черчиллю данный аспект особенно значим, поскольку его политический образ формировался не только через выступления и реальные политические решения, но и через тщательно выстроенную систему визуальных символов. Одним из наиболее известных примеров является фотография «The Roaring Lion», созданная фотографом Юсуф Карш в 1941 году. Исследователи считают, что именно этот образ закрепил за Черчиллем репутацию решительного, негибаемого и волевого лидера, став одним из наиболее узнаваемых политических изображений XX века.

Вышесказанное позволяет утверждать, что исследование стратегий и тактик конструирования имиджа У. Черчилля позволяет не только раскрыть механизмы формирования одного из наиболее успешных политических образов XX века, но и выявить универсальные закономерности создания и функционирования имиджа политического лидера в массовом сознании, что

делает тему исследования Е.Т. Музыкантова значимой как в теоретическом, так и в практическом отношении.

Научная новизна работы заключается в комплексном исследовании стратегий и тактик конструирования политического имиджа Уинстона Черчилля. В данной работе предпринята попытка рассмотреть его политический имидж как многоуровневую систему, включающую как самоконструируемый образ, создаваемый самим политиком, так и медиаобраз, формируемый средствами массовой информации и общественными институтами.

В работе на основе прочного **теоретического фундамента** точно и аргументированно разграничены механизмы формирования имиджа и репутации применительно к фигуре У. Черчилля, что позволяет выявить особенности перехода от ситуативного политического образа к устойчивой исторической репутации политика в общественном сознании. Выявлены и систематизированы основные имиджевые стратегии и тактики, использованные Черчиллем для формирования собственного медиаобраза на различных этапах политической карьеры. Показано, каким образом политик использовал публичные выступления, публицистику, автобиографические нарративы и взаимодействие с прессой для создания образа национального лидера. Выявлены особенности функционирования положительных и отрицательных имиджевых моделей Черчилля в британском медиадискурсе, показано, что один и тот же политический деятель в разные исторические периоды мог одновременно выступать объектом героизации и критики. Предложена периодизация формирования и трансформации политического имиджа Черчилля, включающая довоенный этап самопозиционирования, военный этап символического лидерства, послевоенный этап переосмысления образа и этап формирования исторической репутации в зарубежных медиадискурсах.

Не вызывает сомнения релевантность и достаточность **эмпирического материала**, а также адекватность **методологии исследования** сформулированным автором задачам. Жаль только, что при формировании подходов к исследованию имиджа за пределами внимания автора оказался фундаментальный труд нашего соотечественника И.А. Федорова «Имидж как программирование поведения людей». Это основательнейшее исследование, несомненно, обогатило бы представления Е.Т. Музыкантова о возможных подходах к анализу имиджа политика.

Работа имеет стройную **структуру**, позволяющую оценить основные достоинства исследования.

Глава 1 «Теоретические основы имиджа политика» производит благоприятное впечатление благодаря комплексному подходу к раскрытию темы. Автор начинает ее с рассмотрения понятия и структуры имиджа, что позволяет сформировать прочную теоретическую базу для дальнейшего анализа. Особую ценность представляет детальное раскрытие основных компонентов имиджа и факторов, влияющих на его формирование. В

подразделе, посвящённом специфике конструирования имиджа в политической сфере, убедительно показаны особенности политической коммуникации и роль имиджа как важного инструмента взаимодействия политика с обществом. Материал изложен последовательно и демонстрирует понимание не только истории, но и современных тенденций в области политического имиджмейкинга. Значимым достоинством главы является рассмотрение имиджевых стратегий и тактик. Автор систематизирует основные подходы и методы формирования политического имиджа, что способствует более глубокому пониманию практических механизмов управления общественным восприятием политических деятелей. Отдельного внимания заслуживает анализ соотношения понятий «имидж» и «репутация». Проведённое сравнение позволяет чётко разграничить данные категории, выявить их взаимосвязь и специфику функционирования в политической сфере.

Глава 2 «Стратегии создания политического имиджа У. Черчилля: имидж как собственный конструкт и имидж как медиаобъект (1899–1939 гг.)» отличается высоким уровнем проработки материала. Сильной стороной главы является удачно выбранный биографический подход, позволяющий проследить взаимосвязь между ключевыми этапами политической карьеры Черчилля и трансформацией его публичного образа. Рассмотрение биографического контекста помогает глубже понять предпосылки формирования имиджа и выявить факторы, оказавшие влияние на восприятие политика обществом. Особого внимания заслуживает анализ имиджевых стратегий, использованных Черчиллем для конструирования медиаобраза. Автор убедительно показывает, что формирование политического имиджа являлось не только результатом внешнего воздействия, но и следствием целенаправленной работы самого политика над своим публичным позиционированием. Такой подход позволяет рассмотреть имидж как сложный и многогранный социально-коммуникативный феномен.

Несомненным достоинством главы является исследование роли средств массовой информации и общественных институтов в формировании образа Черчилля. Автор демонстрирует понимание того, как взаимодействие политика с медиапространством способствовало созданию устойчивого общественного представления о его личности и политической деятельности. Анализ сочетания личных усилий политика и влияния внешних коммуникационных факторов делает исследование особенно глубоким и содержательным.

Глава 3 «Взлёты и падения политического имиджа У. Черчилля (1939–1965 гг.)» представляет собой наиболее содержательную и аналитически насыщенную часть исследования, в которой автору удалось всесторонне раскрыть динамический характер политического имиджа на примере одной из самых ярких фигур мировой политики XX века. Особую ценность главы составляет рассмотрение медиаобраза Черчилля в годы Второй мировой войны. Автор убедительно демонстрирует, каким образом

была сформирована и успешно реализована стратегия «лидера-наставника», позволившая политику стать символом национальной стойкости, уверенности и морального лидерства. Анализ показывает, что успех имиджа Черчилля был обусловлен не только его политическими решениями и ораторским мастерством, но и грамотным использованием коммуникационных ресурсов, благодаря которым его образ приобрёл мощное эмоциональное и символическое значение для общества. Исследование позволяет глубже понять механизмы формирования политического лидерства в кризисные периоды и роль медиа в этом процессе.

Большим достоинством главы является подробное изучение послевоенной трансформации имиджа Черчилля. Автору удалось показать, что политический имидж не является статичной конструкцией, а постоянно изменяется под воздействием новых общественных запросов, политических обстоятельств и информационного контекста.

Особого внимания заслуживает анализ того, как образ национального героя постепенно подвергался переосмыслению в общественном сознании и медиaprостранстве. Такой подход позволяет рассмотреть политический имидж как сложное и многомерное явление, зависящее от исторической ситуации и особенностей общественного восприятия.

Наиболее сильной стороной главы следует признать развитие линии исследования функций средств массовой информации в моделировании как положительного, так и отрицательного имиджа политика. Автор демонстрирует высокий уровень понимания процессов политической коммуникации, показывая, что СМИ выступают не только каналом передачи информации, но и активным участником конструирования общественных представлений о политическом лидере. Убедительно раскрываются механизмы создания, поддержания, корректировки и трансформации имиджа, а также факторы, способствующие его укреплению или ослаблению. Такой анализ существенно повышает научную значимость исследования и позволяет сделать важные выводы о роли медиасреды в современной политике.

Глава 4 «Репутация Черчилля в России: между враждебностью и почтением» является весьма удачным и логически завершённым разделом исследования, который существенно расширяет рамки работы и позволяет рассмотреть феномен политической репутации через призму межгосударственных отношений, исторической памяти и особенностей национального медиадискурса. Такой подход позволяет выйти за рамки традиционного анализа политического имиджа и перейти к более сложной категории репутации, которая формируется на протяжении длительного исторического периода и зависит не только от деятельности самого политика, но и от общественно-политического контекста, идеологических установок и особенностей коллективной памяти.

В подразделе, посвящённом образу Черчилля в медиасфере СССР, автор демонстрирует глубокое понимание специфики советской информационной политики и механизмов формирования общественного мнения. Убедительно

показано, каким образом официальный дискурс оказывал влияние на восприятие британского политика, а также как менялись акценты в его освещении в зависимости от международной обстановки и характера советско-британских отношений. Особого внимания заслуживает стремление автора рассматривать данный процесс в широком историческом контексте, что позволяет избежать упрощённых интерпретаций и способствует более объективному пониманию исследуемого явления.

Не менее значимым достоинством главы является анализ поляризации репутационных оценок Черчилля в постсоветском медиапространстве. Автору удалось убедительно показать, что после распада СССР восприятие личности Черчилля стало значительно более многогранным и неоднозначным. В работе грамотно раскрываются причины существования различных, зачастую противоположных оценок его политического наследия, демонстрируется влияние идеологических, исторических и культурных факторов на формирование современных представлений о нём. Такой подход свидетельствует о высоком уровне аналитической подготовки автора и его способности рассматривать сложные общественные процессы в их многообразии.

В числе общих достоинств исследования можно отметить следующие:

1. Высокий уровень работы с материалом. Автор грамотно использует исторические факты, связывая их с теоретическими концепциями политического имиджа, с медиатекстами и произведениями самого У. Черчилля, что обеспечивает убедительность аргументации и обоснованность выводов.

2. Логичность структуры и последовательность изложения материала. Все разделы диссертации взаимосвязаны и последовательно раскрывают основную исследовательскую проблему, создавая целостную картину эволюции политического образа Черчилля на протяжении более чем двух десятилетий.

3. Методологическая целостность диссертации. Рассмотрение репутации Черчилля в различных исторических условиях позволяет наглядно проследить механизмы формирования и трансформации общественных оценок политического лидера, а также показать взаимосвязь между медийным образом, политическим контекстом и коллективной памятью.

Диссертация обладает несомненной **теоретической значимостью**, которая заключается, прежде всего, в углублении научных представлений о механизмах формирования политического имиджа и его роли в процессе политической коммуникации. Работа позволяет выявить особенности взаимодействия личностных качеств политика, медиасреды и общественного восприятия в процессе создания устойчивого политического образа. Анализ опыта Уинстон Черчилль способствует развитию теоретических подходов к изучению политического лидерства, имиджевых стратегий и технологий формирования общественного мнения в медиасфере. Кроме того, исследование расширяет научное понимание взаимосвязи между имиджем,

репутацией и деятельностью средств массовой информации в различных исторических и политических условиях.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов при разработке современных технологий политического имиджмейкинга и стратегий политической коммуникации. Выявленные механизмы формирования и трансформации политического имиджа могут быть полезны специалистам в области медиакоммуникаций и связей с общественностью. Материалы исследования также могут применяться в образовательном процессе при преподавании дисциплин, связанных с медиакоммуникацией, медиаисследованиями и историей политического лидерства. Кроме того, результаты работы позволяют лучше понимать роль средств массовой информации в формировании общественного мнения и могут использоваться при анализе имиджевых стратегий современных политических деятелей.

Результаты исследования изложены Е.Т. Музыкантовым убедительно. Тезисы подкрепляются развернутой системой аргументации. Большой теоретический интерес представляют выводы к каждой главе, обоснованность которых не вызывает сомнения. Полнота изложения материалов диссертации в работах, опубликованных соискателем, подтверждается публикациями в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ/РУДН – 5; а также в других научных изданиях – 4.

Автореферат и опубликованные статьи полностью отражают основное содержание диссертации.

В целом высоко оценивая результаты исследования Е.Т. Музыкантова, зададим автору ряд вопросов:

1. В первом положении, выносимом на защиту, читаем, что «имидж государственного деятеля формируется, продвигается и транслируется через систему медиаресурсов, включающих как традиционные СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение), так и цифровые платформы». Соглашаясь в целом с этим утверждением, зададим все же автору вопрос: как в формировании имиджа У. Черчилля участвовали новые медиа? При его жизни они ещё не существовали. Или речь идет об образе политика в новых медиа, создаваемом уже после его смерти?

2. Не вполне понятна связь между третьим и пятым положениями, выносимыми на защиту. В третьем речь идет о том, что медиа создают как позитивный, так и негативный образ политика. В пятом же положении констатируется зависимость этого подхода от конкретных исторических условий. В связи с этим возникает вопрос: это одни и те же медиа меняют свои подходы в угоду ситуации, или это разные типы медиа? И тогда, может быть, стоит говорить о направленности медиа, а не о трансформации подходов под влиянием политических процессов?

3. В исследовании автор со ссылкой на других ученых приводит группы и типы имиджей политиков. В связи с этим возникает вопрос: будут ли релевантны результаты исследования для представителей всех этих видов

и типов, или они отражают только тот тип, который представляет У. Черчилль? А возможно и вовсе являются продуктом его особых личностных параметров?

4. В работе мы не обнаружили указания на то, какие именно компоненты имиджа автор считает наиболее важными применительно к объекту исследования на каждом этапе. Попросим соискателя прояснить этот вопрос.

Высказанные вопросы и уточнения не снижают теоретическую, практическую и научную ценность диссертационного исследования Е.Т. Музыкантов, представляющего собой законченную и добротную научно-квалификационную работу.

Закключение. Диссертационное исследование Е.Т. Музыкантов на тему «Стратегии и тактики конструирования имиджа У. Черчилля как политического лидера» является законченной научно-квалификационной работой, в которой содержится новое решение научной задачи по установлению стратегий и тактик создания имиджа политика в СМИ и общественно-политической сфере, имеющей важное значение для журналистики и медиакоммуникаций.

Работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Е.Т. Музыкантов, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

доктор филологических наук (10.01.10), профессор,
профессор кафедры журналистики и телевидения
Высшей школы (факультета) телевидения
Московского государственного университета
имени М. В. Ломоносова



А. М. Шестерина

03 июня 2025 г.

Подпись проф. А.М. Шестериной заверяю:
декан высшей школы (факультета) телевидения
МГУ имени М.В. Ломоносова Третьяков Виталий Товиевич



119991 г. Москва, Ленинские горы, д. 1

Телефон: +7(960)115-55-68, e-mail: shesterinaam@my.msu.ru