

ОТЗЫВ

официального оппонента Дунаса Дениса Владимировича о диссертации Чжу Хуэйцзе на тему «Медиакоммуникации России и Китая в условиях цифровой экономики: сравнительный анализ практик», представленную 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»

Диссертация Чжу Хуэйцзе посвящена проблеме, находящейся на пересечении нескольких актуальных направлений современной филологии и медианауки: цифровой трансформации медиадискурса, компаративному анализу национальных медиасистем и кросс-культурной коммуникации в условиях цифровой платформенной экономики. Актуальность темы не вызывает сомнений и может быть обоснована следующими положениями.

Во-первых, цифровая экономика фундаментально изменила условия производства, распространения и потребления медиатекстов. Традиционные жанры новостной журналистики трансформируются под давлением алгоритмических лент, коротких видеоформатов, интерактивных элементов и пользовательского контента. В этой связи возникает острая необходимость в теоретическом осмыслении того, как различные национальные медиасистемы адаптируются к новым технологическим вызовам, сохраняя при этом свою идентичность и культурную специфику. Диссертант справедливо отмечает, что западные концепции «платформенного капитализма», «сетевого общества» и «медиаэкологии», доминирующие в академическом дискурсе, не всегда адекватно описывают процессы, происходящие в странах с активной государственной политикой в информационной сфере. Это создает теоретический вакуум, который автор стремится заполнить, предлагая оригинальную трехмерную аналитическую модель «технология – институт – культура».

Во-вторых, выбор России и Китая в качестве объектов сравнительного анализа обладает высокой эвристической ценностью именно для филологической науки. Обе страны имеют давние традиции государственного регулирования медиа,

но демонстрируют различные траектории цифровой трансформации. Китайская модель тяготеет к интегративной экосистеме, где платформы (WeChat, Weibo, Douyin) объединяют коммуникацию, финансы, государственные услуги и развлечения, формируя особый тип «суперприложений». Российская модель, в свою очередь, тяготеет к функциональной дифференциации, где поисковая система (Яндекс), социальная сеть (VK) и мессенджер (Telegram) сохраняют относительную автономию. Эти различия неизбежно отражаются на языке, стиле, жанровых формах и стратегиях адресации медиатекстов, что делает их предметом филологического анализа. Изучение того, как китайские государственные СМИ адаптируют свои публикации для российской аудитории на платформе VK и как российские СМИ – для китайской аудитории на платформе Weibo, позволяет выявить глубинные культурные коды и механизмы межкультурного перевода.

Практическая актуальность работы для филологов-медиалингвистов обусловлена необходимостью разработки методов анализа полиязычного цифрового контента. Диссертант проводит контент-анализ русскоязычных и китайскоязычных публикаций, предлагая типологию тематических категорий, которая может быть адаптирована для жанроведческих и дискурсивных исследований. Разработанная автором методика взвешенного индекса вовлеченности (лайки, комментарии, репосты) задает стандарт для измерения пользовательской активности, который может быть применен в других кросс-культурных исследованиях. Результаты работы могут быть использованы при создании учебных курсов по медиалингвистике, цифровой журналистике и кросс-культурной коммуникации.

Таким образом, тема диссертации является актуальной как в теоретическом, так и в прикладном аспектах.

Достоверность полученных результатов обеспечивается комплексом методологических, эмпирических и статистических решений, которые заслуживают высокой оценки.

Диссертант использует многоуровневую методологическую стратегию, сочетающую качественные и количественные методы. В работе применены историко-генетический метод, анализ документов, сравнительный анализ статистических данных, метод кейс-стади, контент-анализ, регрессионный анализ и анализ временных рядов. Принципы контекстуальности, многоуровневости,

репрезентативности и триангуляции, сформулированные в параграфе 1.2, обеспечивают валидность и надежность выводов. При кодификации публикаций привлекались носители языка для верификации перевода, что снижает риск систематических ошибок, связанных с языковым барьером.

Исследование опирается на репрезентативные выборки из двух крупных корпусов: 4 655 публикаций аккаунта @Синьхуа в VK за 2022 год и 9 522 публикаций аккаунта @RT в Weibo за тот же период. Выбор 2022 года обоснован высокой событийной насыщенностью (специальная военная операция на Украине, визит Нэнси Пелоси на Тайвань, обострение российско-западных отношений), что позволило оценить коммуникативные стратегии СМИ в кризисных условиях. Используются официальные статистические данные, а также полные тексты законодательных актов РФ и КНР.

Научная новизна диссертации проявляется в нескольких аспектах, многие из которых являются оригинальными и не имеют аналогов в отечественной литературе.

Впервые для сравнительного анализа российских и китайских медиакоммуникаций предложена и эмпирически апробирована трехмерная аналитическая модель «технология – институт – культура» (параграф 1.1.). Эта модель позволяет преодолеть ограниченность как технодетерминистских подходов, так и односторонних институциональных или культурологических теорий, акцентируя равноправное взаимодействие трех измерений. Автор обосновывает переход от технологического инструментализма к институционально-культурному симбиозу, что является вкладом в развитие теории медиа.

Выявлены и систематизированы две национальные модели медиакоммуникаций: китайская интегративно-медиаэкосистемная и российская суверенно-протекционистская (жизнестойкий контроль, правовые барьеры, функциональная дифференциация, гибридное присутствие западных платформ). Эта типология, развернутая в главе 2 и обобщенная в параграфе 3.2, имеет высокий эвристический потенциал и может быть применена к анализу других незападных стран.

Впервые проведено количественное сравнение факторов вовлеченности пользователей на российских и китайских платформах с использованием регрессионного анализа. Установлено, что российская аудитория наиболее активно

реагирует на новости развлечений и образа жизни и экологии, тогда как китайская аудитория – на новости политики и безопасности. Выявлено, что видеоформат является значимым предиктором вовлеченности для RT в Weibo, но не для @Синьхуа в VK, что отражает различия в алгоритмическом приоритете платформ. Также впервые проанализирована временная динамика публикационной активности: для RT характерны выраженные пики, привязанные к событиям (июнь и август 2022 года), тогда как @Синьхуа демонстрирует равномерную стратегию.

Чжу Хуэйцзе предлагает типологию тематических категорий новостного контента (8 категорий), адаптированную для сравнительного анализа разноязычного материала. Эта типология не является простой калькой с западных аналогов, а учитывает специфику государственных СМИ России и Китая, включая такие категории, как «политика и безопасность», «право и права человека», «чрезвычайные ситуации/события». Разработанная методика взвешенного индекса вовлеченности может быть использована в дальнейших исследованиях для стандартизации измерения пользовательской активности.

Таким образом, достоверность результатов не вызывает сомнений, а их новизна является существенной и соответствует уровню кандидатской диссертации.

Обоснованность научных положений достигается за счет их последовательного теоретического и эмпирического подкрепления. Остановимся на наиболее значимых для филологической специальности аспектах.

Положение 1 обосновано в параграфе 1.1. через критический анализ западных теорий и демонстрацию их ограничений для анализа незападных медиасистем. Для филолога важно, что автор включает культурное измерение, которое охватывает «исторически сложившиеся медиапрактики, ценностные ориентации, поведенческие паттерны аудитории и нарративные стратегии» (с. 33-34). Это позволяет рассматривать медиатекст не как изолированное сообщение, а как продукт сложного взаимодействия технологической формы, институциональных норм и культурных кодов. В параграфах 1.2. и 1.3. модель конкретизирована и применена к историко-генетическому анализу, а в главах 2 и 3 – к сравнительному анализу на макро- и микроуровнях.

Положение 4 обосновано эмпирически в параграфе 3.1. Автор приводит конкретные примеры публикаций с высокой вовлеченностью. Примеры

иллюстрируют различия в эмоциональной тональности и адресации: российский контент, вызывающий отклик, часто апеллирует к повседневности, юмору и человеческим историям, тогда как китайский – к патриотизму, геополитическому противостоянию и авторитету лидеров. Автор интерпретирует эти различия через культурные измерения социолога Герта Хофстеде и институциональные особенности в КНР, что усиливает объяснительную силу модели.

Положение 7 обосновано практическими рекомендациями, которые автор дает в параграфе 3.3. Эти рекомендации включают адаптацию заголовков, визуального ряда, ссылок на культурные контексты, что является прямым обращением к филологическим аспектам перевода и локализации. Чжу Хуэйцзе показывает, что успешная трансграничная коммуникация требует не просто перевода текста, но и учета разных режимов алгоритмического управления и поведенческих моделей пользователей.

Выводы диссертации (с. 142–148) логически вытекают из проведенного анализа и не содержат утверждений, которые не были бы подтверждены эмпирически или теоретически. Особо необходимо отметить вывод, что «различия в институциональной и технологической архитектуре создают основу для взаимодополняемости двух моделей в глобальной медиасреде» (с. 143). Этот вывод имеет прямое отношение к филологической проблеме «переводимости» культурных кодов в цифровой среде и открывает перспективы для совместных исследований.

Рекомендации, сформулированные в параграфе 3.3., являются конкретными, адресными и основанными на выявленных различиях. Например, рекомендация для российских СМИ на китайском рынке «активно использовать видеоформат, особенно короткие ролики с провокационными заголовками и эмоциональной подачей» (с. 134) прямо вытекает из регрессионного анализа, показавшего значимость видео для RT в Weibo. Рекомендация для китайских СМИ на российском рынке «увеличить долю развлекательного, lifestyle и экологического контента» (с. 134) также имеет эмпирическое обоснование. Рекомендации разбиты по группам субъектов (медиаменеджеры, государственные органы, исследовательские центры, организации-партнеры), что повышает их практическую применимость.

Чжу Хуэйцзе избегает неоправданных генерализаций, четко оговаривает ограничения своего исследования (доступ к алгоритмам платформ, языковой барьер,

невозможность установить причинно-следственные связи) и формулирует выводы с должной осторожностью.

Диссертация содержит элементы жанроведческого анализа, показывая, как тематическая категория влияет на языковое оформление, заголовки, эмоциональную тональность и нарративные стратегии. Например, автор отмечает, что российская аудитория наиболее активно реагирует на «человеческие истории» и «эмоциональные нарративы», тогда как китайская – на «фактологичные политические сообщения». Это наблюдение может быть углублено в дальнейших лингвистических исследованиях с использованием методов корпусной лингвистики и дискурс-анализа.

Предложения о создании совместных исследовательских центров, организации регулярных конференций и публикации двуязычных научных журналов способствуют институционализации российско-китайского академического сотрудничества. Результаты диссертации апробированы соискателем на международных конференциях, что подтверждает их признание в профессиональном сообществе.

Таким образом, диссертация обладает высокой научной и практической ценностью, причем для филологической науки наиболее значимым вкладом является разработка инструментария анализа цифрового медиадискурса в кросс-культурной перспективе.

При общей высокой оценке диссертации считаем необходимым высказать ряд замечаний, который, однако, не снижает научной ценности работы, но может быть учтен Чжу Хуэйцзе в дальнейших исследованиях. Эти замечания, прежде всего, сфокусированы на филологических и методологических аспектах.

1. Автор обоснованно выбирает 2022 год как событийно насыщенный, что позволяет оценить коммуникативные стратегии государственных СМИ в кризисных условиях. Это сильная сторона работы. Вместе с тем, как справедливо отмечает Чжу Хуэйцзе (с. 49-50), анализ, ограниченный одним годом, не позволяет выявить долгосрочные тренды и отделить кризисные реакции от устойчивых паттернов. С 2023 по 2026 год произошли важные изменения: дальнейшее развитие генеративного ИИ (YandexGPT 5, DeepSeek), эволюция алгоритмов рекомендаций на платформах, новые регуляторные меры (деанонимизация в Telegram, антимонопольные

расследования в Китае). Автор мог бы смягчить это ограничение, добавив в параграф 3. краткий анализ того, какие из выводов, по его мнению, сохраняют силу в 2026 году, а какие требуют проверки на более поздних данных. Однако это пожелание не отменяет ценности проведенного исследования, которое дает надежный «срез» кризисного периода и задает реперные точки для последующих лонгитюдных исследований. Рекомендую автору в будущем провести аналогичный анализ за 2024-2025 годы, чтобы верифицировать устойчивость выявленных различий.

2. Диссертация практически не включает лингвистического анализа на уровне лексики, синтаксиса, стилистики, риторики и дискурсивных маркеров. Автор использует контент-анализ, который фиксирует тематические категории, но не проникает в языковую ткань текста. Между тем, различия в коммуникативных стратегиях @Синьхуа и RT могли бы быть проиллюстрированы на конкретных языковых примерах: особенности заголовков (информативные vs кликбейтные), использование цитат и прямой речи, модальность (императивы, вопросительные конструкции), наличие эмоционально-оценочной лексики («позитивная энергия» vs провокационные формулировки), синтаксическая сложность (длинные сложные предложения в китайских текстах vs короткие рубленые фразы в российских). Без такого анализа остается не совсем ясным, в чем именно состоит «адаптация к культурным особенностям» на языковом уровне.

3. В диссертации практически не рассматривается влияние генеративного ИИ (ChatGPT, YandexGPT, Wenxin Yiyao, DeepSeek) на медиакоммуникации. Автор упоминает большие языковые модели в параграфе 2.3. (с. 100-101), но не анализирует, как эти технологии меняют производство и распространение контента. Рекомендую автору в будущих исследованиях посвятить отдельную главу или статью этой проблематике, поскольку она становится одной из центральных в современной медиалингвистике.

Эти замечания носят характер пожеланий и направлений для дальнейших исследований. Они не умаляют общей высокой оценки диссертации.

Диссертационное исследование Чжу Хуэйцзе является самостоятельным, законченным и оригинальным научным трудом, в котором решена важная научная задача – концептуализация и эмпирическая верификация двух национальных моделей медиакоммуникаций (русской и китайской) в условиях цифровой

экономики, а также определение потенциала их синергии для формирования альтернативной глобальной медиаэкосистемы.

Работа отличается теоретической глубиной, методологической строгостью, эмпирической насыщенностью и практической ориентированностью. Диссертант демонстрирует владение междисциплинарным инструментарием, способность работать с разноязычными источниками и интерпретировать результаты в широком социально-политическом и культурном контексте. Особо следует отметить вклад автора в разработку методов анализа цифрового медиадискурса и в развитие компаративной медиалогии.

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 ее автор, Чжу Хуэйцзе, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

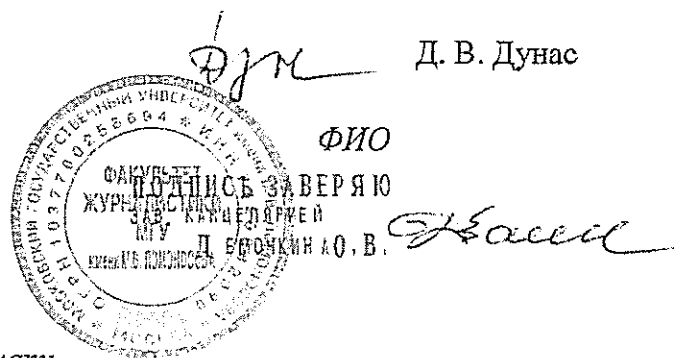
Кандидат филологических наук (10.01.10. – Журналистика),
ведущий научный сотрудник кафедры теории
и экономики СМИ факультета журналистики
МГУ имени М.В. Ломоносова, доцент РАО,
главный редактор научного журнала
«Меди@льманах» (Перечень ВАК РФ)

Подпись проф. Д. В. Дунаса заверяю.

Гербовая печать

«28» апреля 2026 г.

печать



Адрес: 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1, каб. 102В.
Тел.: +7 (495) 629-44-40, e-mail: dunasdv@my.msu.ru