

Отзыв

официального оппонента о диссертации Ху Жуйци «Особенности формирования и продвижения имиджа КНР в российском медиапространстве (2018–2022 гг.)», представленной к защите 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»

Актуальность диссертационного исследования обусловлена трансформацией международного медиапорядка в условиях стремительной цифровизации, усиления информационной конкуренции и возрастания значения медиаплатформ как инструментов публичной дипломатии. На этом фоне вопросы формирования и трансляции национального имиджа в медиапространстве, особенно таких глобальных акторов, как Китайская Народная Республика, приобретают особую значимость для научного осмысления.

Исследование Ху Жуйци, посвящённое репрезентации образа КНР в российском медиапространстве в 2018–2022 гг., актуально по многим причинам. Во-первых, указанный период отмечен рядом значимых внешне- и внутриполитических событий (усиление стратегического партнёрства с Россией, COVID-19, Олимпиада в Пекине, XX съезд КПК и др.), оказавших существенное влияние на современный медиадискурс. Во-вторых, начиная с этого периода наблюдается неоднозначность восприятия Китая в российских медиа: с одной стороны, как надёжного партнёра, с другой — как конкурента в глобальной повестке. Подобные противоречия, а также специфика китайской медиастратегии и её адаптация к российской аудитории, требуют системного и междисциплинарного анализа, который представлен в данной диссертации.

Отдельного внимания заслуживает аргументация автором выбора хронологических рамок исследования с 2018 по 2022 гг.; периода, который характеризуется высокой концентрацией событий, повлиявших на развитие внешней коммуникационной стратегии КНР и на восприятие образа Китая в российском медиапространстве. В работе логично выстроена ретроспектива эволюции внешней информационной политики КНР — от институциональной пропагандистской модели к более гибкой цифровой дипломатии, что также подтверждает актуальность заявленной проблематики в условиях изменяющейся глобальной медиасреды.

В исследовании корректно выделены ключевые геополитические и медиакоммуникационные факторы, повлиявшие на репрезентацию Китая в российском информационном поле: инициатива «Один пояс — один путь», американо-китайское торговое и технологическое противостояние, трансформация международного порядка в так называемой новой

нормальности. Данные аспекты обоснованно включены в аналитическую рамку работы, что демонстрирует несомненную осведомлённость автора о динамике международной повестки и высокий уровень исследовательских компетенций.

Анализ научного и эмпирического дискурса объединяет разнообразные источники — от официальных медиаресурсов до цифровых платформ, охватывая институциональные и контентные уровни репрезентации — позволяет оценить стратегические интенции внешней коммуникации КНР и её практическую реализацию в условиях цифровой глобализации и подтверждает высокий уровень исследовательской проработки и продуманную логику построения диссертационного материала.

Автор выявляет актуальную и существенную научную проблему и определяет **объектом исследования** имидж Китайской Народной Республики в медиапространстве Российской Федерации. **Предмет исследования** — особенности формирования и практика продвижения современного национального имиджа Китайской Народной Республики в российском медийном пространстве в период 2018–2022 гг. **Цель исследования** — на основе анализа существующих концепций имиджелогии выявить ключевые предпосылки и факторы формирования имиджа Китайской Народной Республики, а также особенности его продвижения в российском медиапространстве.

Структура диссертационного исследования отличается логичной архитектурой и соответствует заявленным цели и задачам. Диссертация включает введение, три главы основной части, подразделённые на девять параграфов, заключение, список использованных источников, приложения. Дизайн исследования раскрывает ключевые аспекты формирования и трансформации образа Китая в российском медиапространстве, демонстрируя последовательный и методологически выверенный переход от общетеоретического анализа к прикладному изучению медиаинструментов.

Во введении диссертационного исследования последовательно изложены ключевые элементы научного замысла: обоснована актуальность заявленной темы в хронологических рамках периода 2018–2022 гг., дана оценка степени её изученности в научной литературе, чётко определены объект, предмет, цель и задачи работы. Автор акцентирует внимание на научной новизне, формулирует положения, выносимые на защиту, а также представляет теоретико-методологические основы исследования. Автор детально описывает теоретическую и прикладную значимость диссертационного труда.

Первая глава диссертационного исследования «Особенности формирования и продвижения национального имиджа в многополярном мире» служит теоретико-методологическим основанием работы и демонстрирует высокий уровень исследовательских компетенций автора в области современных концепций государственного имиджмейкинга и медиакommunikаций.

Автор последовательно раскрывает эволюцию ключевых понятий и стратегий, показывая переход от статичного понимания национального имиджа к многоаспектному динамическому подходу. Теоретический анализ подкреплён библиометрической визуализацией (CiteSpace, базы Web of Science и CNKI), что позволяет связать исследование с актуальными академическими тенденциями. Особое внимание уделяется концепции «мягкой силы», её адаптации в китайском внешнеполитическом контексте и функции медиаплатформ в продвижении позитивного образа страны. Диссертант выявляет проблемные моменты — необходимость более сфокусированной локализации имиджевых инициатив и ограниченность использования культурного капитала. Завершающий раздел главы посвящён анализу условий функционирования китайской медиасистемы в многополярном мире. Автор анализирует нормативно-правовой контекст и концепцию «информационного суверенитета». В итоге вскрывается противоречие между централизованной природой медиасистемы Китая и потребностью в гибкой транснациональной коммуникации.

Первая глава логично структурирована, между параграфами выстроены чёткие смысловые переходы, что способствует целостности и убедительности изложения. Глава обладает высоким уровнем научной обоснованности, демонстрирует владение актуальными теоретическими подходами и умение интегрировать количественные методы анализа (CiteSpace) в рамки гуманитарного исследования.

Вторая глава диссертационного исследования «Имидж КНР в российском медиапространстве в условиях перехода от глобализации к многополярному миру» отличается целостностью аналитического подхода и чёткой структурой. Автор доказывает, что репрезентация Китая в российских медиа не сводится к отдельным сюжетам, а отражает более широкие процессы трансформации глобального информационного порядка.

Для анализа в качестве эмпирической базы привлекаются данные ведущих российских агентств и системы «Медиалогия», что позволило зафиксировать динамику тематических трендов и тональности освещения Китая (первый параграф Главы 2). Дополняя медиаконтент-анализ результатами социологического опроса, автор раскрывает восприятие Китая как элемента «мягкой силы» в политической, экономической, культурной и общественной сферах (второй параграф). Сопоставление российских и китайских русскоязычных ресурсов демонстрирует различие стратегий имиджмейкинга и позволяет выявить специфические механизмы внешней коммуникации КНР (третий параграф). Таким образом, глава сочетает широкую эмпирическую базу с комплексной аналитикой и демонстрирует высокий уровень исследовательской рефлексии в области международных коммуникаций и медиадискурса.

В третьей главе диссертации «Основные тенденции и тренды внешней коммуникации КНР как средства политического имиджмейкинга» представлен содержательный и выверенный анализ внешней медиастратегии Китая. Три параграфа главы последовательно

раскрывают ключевые направления исследования: эволюцию роли традиционных и цифровых медиа в формировании политического имиджа, институционализацию системы внешней коммуникации как инструмента международного влияния и стратегию репрезентации национального образа в цифровой среде. Особое внимание уделяется адаптации медиастратегий к внешнеполитическим и культурным условиям стран-реципиентов, в частности России, что демонстрирует глубокое понимание автором логики медиаполитики КНР и её трансформации в цифровую эпоху.

Достоинством главы является использование междисциплинарного подхода в анализе обширного эмпирического материала: в работе сочетаются элементы сопряжения анализа политической коммуникации, теории медиавещания и публичной дипломатии. Представленная автором модель трёхуровневого медиавещания КНР (официальные СМИ, гибкие медиаплатформы и независимые KOL) представляется обоснованной и убедительной с теоретической точки зрения. Особенно важно, что автор не ограничивается концептуализацией модели, но предлагает критический анализ институциональных и нормативных барьеров, препятствующих полноценному двустороннему медиаобмену между Китаем и Россией.

Следует также отметить, что в работе обоснованно поднимается вопрос о необходимости глубокой локализации контента и вовлечения российских медиаструктур в совместные проекты. Анализ конкретных механизмов китайской «мягкой силы», включая участие в международных медиафорумах, культурные мероприятия, продвижение через лидеров мнений и инвестиции в зарубежные медиа, делает данную главу особенно ценной для понимания современных коммуникационных стратегий КНР.

В **заключении** подведены итоги исследования, системно раскрывающие особенности формирования и продвижения имиджа Китая в российском информационном пространстве на фоне многополярной трансформации глобального медиаландшафта. На основе всестороннего анализа контента российских и русскоязычных китайских медиа выделены ключевые тенденции, ведущие нарративы, а также обозначены медиастратегии, влияющие на восприятие образа КНР российской аудиторией.

Достоверность научных результатов обеспечивается использованием комплексного междисциплинарного подхода, сочетающего теоретико-методологические модели с эмпирическими методами анализа. В исследовании применены библиометрический и медиаконтент-анализ, качественная интерпретация экспертных источников, а также социологические данные, что позволило обеспечить высокую репрезентативность и обоснованность выводов.

Отметим, что в диссертации представлены данные опросов российской аудитории, отражающие восприятие Китая и позволяющие оценить эффективность используемых КНР стратегий «мягкой силы». Информационная база исследования включает научную и нормативную литературу, экспертные заключения, статьи и аналитические отчёты на русском, китайском и английском языках.

Научная новизна работы заключается в системной актуализации теоретико-методологической базы, включая концепции «мягкой силы», nation branding, публичной дипломатии и модели Бартлетта–Гхошала применительно к китайской медиастратегии, а также в комплексном аналитическом подходе, сочетающем библиометрию и медиаконтент-анализ. Исследователь представил трёхуровневую модель медиасистемы КНР (официальные – адаптивные – лидеры общественного мнения), выявил особенности транснациональной стратегии КНР, сочетающей централизованный контроль с элементами локальной адаптации, зафиксировал барьеры восприятия КНР российской аудиторией, в том числе на уровне эмоциональных реакций и культурных стереотипов.

Представленные результаты обладают высокой научной значимостью и могут быть использованы в дальнейших исследованиях в области международных медиакоммуникаций и журналистики, стратегических коммуникаций, имиджелогии, внешней политики.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, несомненна. Автором предложен системный подход к изучению формирования имиджа КНР в российском медиапространстве, сочетающий количественный и качественный анализ материалов китайских и российских медиа, результаты эмпирических опросов и теоретическую рефлексию на стыке коммуникационных и культурологических дисциплин.

Обоснованность положений подтверждается репрезентативной эмпирической базой (материалы RT, РИА, ТАСС, CGTN, «Синьхуа», блогосфера), в совокупности с контент-анализом и библиометрическими данными, полученными с использованием платформы CiteSpace. Вывод о смещении китайской медиастратегии от глобального к транснациональному уровню был подтверждён, в частности, на примере локализации медианарративов, через выявленные различия в стилистике и тематике русскоязычных публикаций китайских СМИ.

Особую научную ценность представляют рекомендации, направленные на устранение выявленных коммуникативных барьеров и стереотипов в восприятии образа Китая, а также на развитие адаптивной медиастратегии КНР в российском инфопространстве.

Значимость проведённого исследования проявляется в том, что оно открывает новые перспективы понимания того, как формируется и продвигается национальный имидж в условиях медиаконкуренции. Автор обращается к богатому эмпирическому материалу и демонстрирует, каким образом китайская медиастратегия выстраивает коммуникацию с российской аудиторией, формируя имидж. Такой подход позволяет не только зафиксировать ключевые нарративы и визуальные стратегии, но и предложить оригинальный взгляд на их интерпретацию. Для науки данная работа ценна расширением представлений о транснациональной медиакоммуникации, для практики — тем, что её выводы могут быть использованы в сфере международных стратегических коммуникаций, PR, в

имиджмейкинге, при организации межкультурных проектов и в прикладных исследованиях медиапространства. Результаты представляют интерес для учёных, экспертов, практиков, работающих в области международной медиакоммуникации, имиджмейкинга, стратегической коммуникации, внешней политики.

Результаты, полученные в ходе диссертационного исследования, нашли отражение в публикациях автора в рецензируемых научных изданиях. Опубликованные материалы охватывают ключевые аспекты диссертации, демонстрируя тематическую целостность и поэтапное раскрытие научной проблематики. Это свидетельствует о продуманной стратегии представления исследовательских выводов, а также о стремлении автора к активному участию в научном диалоге по вопросам медийной внешней коммуникации и формирования национального имиджа.

Автореферат точно отражает содержание диссертационной работы, включая цели, задачи, гипотезу, структуру, методологию и основные научные положения; представляет логичное и полное изложение сути проведённого исследования.

Представленная диссертация демонстрирует высокий уровень научного исследования, подкреплённого солидной эмпирической базой и глубоким погружением в предмет. Вместе с тем при скрупулёзном рассмотрении материалов возникают ряд вопросов и уточнений, направленных на повышение методологической чёткости и содержательной ёмкости работы.

1. В параграфе 3.1 (сс. 123–135 диссертации) затрагивается тема взаимодействия традиционных и цифровых СМИ, однако медиалогическая эволюция визуальных стратегий формирования имиджа Китая — в частности, посредством видеоконтента, инфографики и визуальных элементов в социальных сетях — представлена фрагментарно. Более системный анализ этих аспектов позволил бы глубже раскрыть специфику современных медиатехнологий в формировании национального имиджа.
2. Автор привлекает концепцию транснациональной коммуникации и применяет модель Бартлетта–Гхошала к анализу государственной медиастратегии (с. 142), однако на эмпирическом уровне отсутствует системное сопоставление китайской модели коммуникации со стратегиями других государств (например, США, Великобритании, России) в таких аспектах, как управление глобальной повесткой, культурная и медиаэкспансия.
3. Автор на с. 155–156 анализирует функции блогеров в формировании имиджа Китая, при этом в диссертации недостаточно системно освещено, каким образом неофициальные источники информации, в том числе, цифровые платформы и т.д., участвуют в конструировании альтернативных нарративов о КНР и как это влияет на имидж страны. В условиях цифровизации влияние подобных источников приобретает всё большую значимость, и включение данного аспекта позволило бы более полно отразить специфику современного медиапейзажа.

4. Несмотря на подробный анализ содержания китайской внешней коммуникации в параграфе 3.2, в работе не затрагивается реакция российских редакторов и журналистов на соответствующие нарративы. Данный аспект позволил бы углубить эмпирическую основу исследования и придать ему дополнительное измерение.

Предложенные рекомендации носят уточняющий характер, не умаляют общего высокого качества исследования, которое демонстрирует способность автора применять системный подход автора к анализу проблемы, критически осмысливать полученные результаты, выполнять исследование с соблюдением логики научного изложения.

Диссертационное исследование Ху Жуйци представляет собой завершённую научно-квалификационную работу, в которой предложено новое решение актуальной научной задачи в области медиакоммуникаций и имиджелогии, 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 выраженной прикладной направленностью выводов и рекомендаций.

Диссертация полностью соответствует требованиям, предъявляемым к работам 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.). С учётом изложенного, считаю, что автор диссертации Ху Жуйци заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

доктор филологических наук (10.01.10 – журналистика),
профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна
Высшей школы креативных индустрий (факультета) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Шилина Марина Григорьевна

Адрес: 115054, г. Москва, Стремянный пер. 28

Телефон: 8-495-800-1200

Email: shilina.mg@rea.ru

05 сентября 2025 года

Подпись профессора М.Г. Шилиной удостоверяю

подпись *Шилиной М.Г.*
Удостоверяю
Специалист по работе с персоналом *Басеева*
20 ____ г.