

ПРОТОКОЛ № 27

заседания диссертационного совета 24.2.288.08

от 23 декабря 2023 г.

Состав диссертационного совета утвержден в составе 12 человек.

Присутствовали 8 человек:

д.ф.н., проф. Тулупов В.В., к.ф.н. Кажикин А.А., д.ф.н., проф. Хорольский В.В., д.ф.н. Колобов В.В., д.ф.н., доц. Новичихина М.Е., д.ф.н., доц. Житенев А.А., д.ф.н., проф. Шестерина А.М., д.ф.н., доц. Богуславская В.В.

Слушали: защиту диссертации Юй Сяо «Формирование имиджа государства: место и роль связей с общественностью (на примере Китая)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика.

Официальные оппоненты по диссертации:

1. Бородай Александр Дмитриевич, доктор исторических наук, профессор, АНО ВО «Московский гуманитарный университет», факультет рекламы, журналистики, психологии и искусства, декан;

2. Прохоров Андрей Васильевич, кандидат филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина», кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью, доцент.

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет».

Вопросы по защищаемой диссертации задали:

1. д.ф.н., доц. Житенев А.А.,
2. д.ф.н., проф. Шестерина А.М.,

3. д.ф.н., проф. Хорольский В.В.

В дискуссии приняли участие:

1. д.ф.н., проф. Хорольский В.В.,

2. д.ф.н., проф. Шестерина А.М.

Постановили:

на основании протокола № 1 счетной комиссии считать, что диссертация Юй Сяо отвечает всем требованиям, предъявляемым ВАК РФ к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. - Медиакоммуникации и журналистика.

Результаты голосования:

за - 8

против - нет

недействительных бюллетеней - нет

(Протокол счетной комиссии прилагается).

Председатель

диссертационного совета, д.ф.н., проф.

Тулупов В.В.

Ученый секретарь

диссертационного совета, к.ф.н.

Кажикин А.А.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА
24.2.288.08, СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНОБРНАУКИ РОССИИ ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ
УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК

Аттестационное дело № _____

Решение диссертационного совета от 23 декабря 2023 г., протокол № 27

О присуждении Юй Сяо, гражданке КНР, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Формирование имиджа государства: место и роль связей с общественностью (на примере Китая)» по специальности 5.9.9 «Медиакоммуникации и журналистика» принята к защите 12 сентября 2023 г., (протокол заседания № 21), диссертационным советом 24.2.288.08, созданным на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Воронежский государственный университет» Минобрнауки России, (394018, г. Воронеж, Университетская пл., д. 1, приказ Минобрнауки РФ № 1063/нк от 27 сентября 2022 г.).

Соискатель Юй Сяо, 06 октября 1993 года рождения, в настоящее время не работает.

В 2018 году Юй Сяо окончила магистратуру ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова».

В 2022 году окончила очную аспирантуру ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова».

Диссертация выполнена на кафедре рекламы и связей с общественностью факультета журналистики федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» Минобрнауки России.

Научный руководитель – доктор социологических наук, профессор, Федотова Лариса Николаевна, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», кафедра рекламы и связей с общественностью, факультет журналистики, профессор.

Официальные оппоненты:

1. Бородай Александр Дмитриевич, доктор исторических наук, профессор, АНО ВО «Московский гуманитарный университет», факультет рекламы, журналистики, психологии и искусства, декан.

2. Прохоров Андрей Васильевич, кандидат филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью, доцент

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет» (г. Иркутск) в своем положительном отзыве, подписанном Рабиновичем Владимиром Юльевичем, кандидатом исторических наук, доцентом, заведующим кафедрой рекламы, указала, что представленное к защите диссертационное исследование Юй Сяо безусловно актуально по своему замыслу и связано с изучением места рекламы и связей с общественностью как инструмента формирования имиджа государства в области медиакоммуникаций. Новизна данного исследования заключается в том, что автором были сформулированы принципы комплексного рассмотрения теоретических возможностей и практической составляющей имиджевой стратегии по связям с общественностью. Исторический подход к проблеме автором реализуется в ходе анализа практики связей с общественностью в прошлом и настоящем, внутри Китая и за его пределами; показаны коммуникативные возможности связей с общественностью в национальной имиджевой стратегии Китая; подчеркнута, что в ряде случаев реклама и связи с общественностью входят в набор наиболее эффективных инструментов при создании позитивного имиджа в ходе осуществления имиджевой деятельности: проведения международных мероприятий, пресс-конференций с участием государственных структур и институтов связей с общественностью, опросов общественного мнения, других форматов международной коммуникации. Автор отмечает, что кроме правительственных действий, онлайн-производитель контента также является важным участником в процессе формирования имиджа. С точки зрения связей с общественностью национальный имидж государства создается не только в результате действий правительства и других официальных организаций, но и социальных сетей, в частности, производителями развлекательного контента, что влияет на формирование положительного имиджа страны. Данные показывают, что зачастую уровень охвата онлайн-производителей развлекательного контента

выше, чем у официальных государственных каналов. Диссертационная работа имеет практическую и теоретическую значимость, вносит вклад в развитие теории и практики медиакоммуникаций и журналистики.

Работа полностью соответствует паспорту специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика, отвечает требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 (в действующей редакции), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Соискатель имеет 6 опубликованных научных работ, в том числе по теме диссертации опубликовано 6 работ, из них в рецензируемых научных изданиях опубликовано 3 работы. Работы посвящены изучению специфики медиасреды и деятельности по связям с общественностью в контексте построения имиджа государства в Китае.

В диссертации Юй Сяо отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных соискателем работах, в которых изложены основные научные результаты диссертации.

Вклад автора – 93.16%, объем 2.25 п.л.

Наиболее значительные работы:

1. Юй Сяо. Современная межкультурная коммуникация и национальный имидж Китая: исследование видеоплатформы YouTube // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т.11, № 1. С. 190 – 202.
2. Юй Сяо. Использование социальных сетей в политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2021. № 1. С. 149 – 158.
3. Федотова Л.Н., Юй Сяо. Опросы общественного мнения как зеркало имиджа Китая в мире // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2023. № 1. С. 152 – 163.

На диссертацию и автореферат поступили три отзыва от:

1. Панкеева Ивана Алексеевича, доктора филологических наук, профессора, заведующего кафедрой теории и методики редактирования факультета журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (замечаний нет);

2. Зайцева Евгения Борисовича, кандидата филологических наук, доцента кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» (замечаний нет);

3. Смеюхи Виктории Вячеславовны, доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры журналистики Института филологии и журналистики ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Ф. Якубова» (замечаний нет).

Все отзывы положительные, содержат рекомендации по присуждению Юй Сяо ученой степени кандидата филологических наук.

Выбор официальных оппонентов обосновывается их высокой компетентностью и общностью научно-исследовательских интересов в области истории и теории медиакommunikации, что подтверждается их публикациями. Выбор ведущей организации обоснован ее широкой известностью как одного из ведущих центров изучения медиа, в котором работают доктора филологических наук по проблематике, представленной к защите диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

- проанализированы задачи формирования имиджа Китая в связи с актуальными тенденциями развития китайского общества;
- изучены коммуникационные каналы и методы, в том числе деятельность структур по связям с общественностью, которые необходимы для достижения позитивного имиджа страны;
- охарактеризованы имиджевые стратегии по связям с общественностью правительственных структур;
- проанализированы результаты опросов общественного мнения других стран, чтобы изучить сложившийся образ Китая в глазах народов мира;
- выработаны предложения для корректировки имиджевой политики Китая.

Теоретическая значимость исследования обоснована следующим образом:

- дана общая характеристика понятия имиджа государства;
- определены критерии оценки эффективности имиджевых стратегий;
- проанализирована взаимосвязь между методами и каналами связей с общественностью и результативностью имиджевой коммуникации, которая реализуется государством и его службами на практике структур по связям с общественностью;
- выявлены функции структур по связям с общественностью по формированию имиджа государства;

– предложен новый системный подход к повышению медийной эффективности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики заключается в том, что выводы исследования могут представлять интерес при реализации имиджевых стратегий в трансформирующемся обществе (на уровне организационных структур, отвечающих за медиа-имидж государства; на технологическом уровне, на уровне контента, на ценностном уровне), при организации работы по наращиванию потенциала в области международной межкультурной коммуникации. Результаты исследования могут использоваться в вузе при разработке новых образовательных программ и учебных пособий по «журналистике», «рекламе и связям с общественностью».

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

глубокий анализ теоретико-практических аспектов изучаемой темы. Эмпирический материал, использованный в диссертационной работе, представлен в публикациях в периодических изданиях (российских и зарубежных), в том числе приложений к периодическим изданиям, изданий институтов и факультетов, официальных интернет-ресурсов Министерства иностранных дел КНР, официальных аккаунтов ТВ-каналов в социальных сетях, аккаунтов на канале видеохостинга YouTube, а также ресурсов из графической и текстовой базы данных «Жэньминь жибао» и др.

Личный вклад соискателя состоит в том, что Юй Сяо лично проводила исследование на всех его этапах, включая систематизацию и анализ теоретического материала, разработку и описание технологии формирования имиджа государства в области рекламы и связей с общественностью.

В ходе защиты диссертации были заданы вопросы:

1) «В своих основных положениях Вы отмечаете, что изучение общественного мнения служит своего рода навигатором для корректировки информационных усилий государства. Можете ли вы привести пример, когда освещение какого-либо кризисного события или кризисной ситуации привело к изменению информационных усилий государства?»

2) «Были очень внимательно проанализированы скрупулёзно комментарии блогера Ли Цзыци и действительно очень много комментариев. Но всё же это один блогер, сравнивали ли вы результаты исследования комментарии к его блогам, может быть ещё с какими-то другими аккаунтами

другими каналами других блогеров для того, чтобы понять, может быть, это уникальная оценка. А может быть, это действительно тенденция.»

3) «Два вопроса дам один теоретически. У вас есть фраза имидж государства и имидж страны. В чём разница между этими близкими родственными терминами? А второй вопрос. Вот есть такой у нас слово «спин-доктор», это человек, который занимается имиджем в том случае, когда негативная информация нужна как-то обработать, чтобы смягчить негативные последствия этой информации. Так вот в связи с природой загрязнением климата, и вот это все окружающей среды. Как у вас работают люди, чтобы смягчить информацию о негативных последствиях.»

Соискатель Юй Сяо ответила на задаваемые ей в ходе заседания вопросы и привела собственную аргументацию: 1) Для исследования мы собрали данные из исследовательского центра (см. диаграмму тенденций в презентации). Из-за последствий чрезвычайных ситуаций в 2008 и 2020 годах мировое мнение Китая значительно упало, но оно восстановилось после того, как правительство приняло меры. 2) Чтобы не возникало вопроса, уникально ли то, что вы подняли, мы также наблюдали за другими аккаунтами. Во время саммита «Один пояс, один путь» китайское правительство пригласило южноафриканскую блоггера поделиться своим опытом в распространении китайской культуры. Она из Южной Африки, говорит по-китайски, имеет множество поклонников по всему миру и внесла свой вклад в распространение китайской культуры. 3) Во-первых, в нашем исследовании они являются синонимами. Во-вторых, что касается того, как улучшить среду негативных мнений, в нашем исследовании мы уделяем особое внимание влиянию крупных медиа-событий, которые имеют функцию изменения повестки дня, что не только в определенной степени способствует развитию политической экономии, но также привлекает внимание людей во всем мире с учётом других точек зрения. Ответы и разъяснения соискателя удовлетворили рецензентов и членов совета.

На заседании 23 декабря 2023 г. диссертационный совет принял решение: за решение научной задачи, состоящей в разработке и описании места и роли рекламы и связей с общественностью в формировании имиджа страны, а также исследовании эффективности новых коммуникативных технологий и каналов, имеющих значение для теории и практики связей с общественностью, присудить Юй Сяо ученую степень кандидата филологических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 8 человек, из них 7 докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 12 человек, входящего в состав совета, проголосовали: за – 8, против – нет, недействительных бюллетеней – нет.

Председатель
диссертационного совета
24.2.288.08



Тулупов Владимир Васильевич

Ученый секретарь
диссертационного совета
24.2.288.08



Кажикин Александр Александрович

23.12.2023 г.

