

РЕЦЕНЗИЯ

на автореферат диссертации Сафарзоды Мохиры Амирали на тему «Роль телевидения и интернет-сайтов в формировании имиджа Таджикистана» на соискание учёной степени доктора филологических наук по специальности 6.2.22. Журналистика

В современную эпоху, когда процесс глобализации и столкновение цивилизаций порой может приводить к негативным явлениям, таким как исчезновение национальных и государственных особенностей, построение и формирование имиджа государства рассматривается как стратегическая цель как развитых, так и развивающихся стран. Республика Таджикистан, как независимое государство, также предприняла решительные шаги по формированию своего внутреннего и международного имиджа, и в этом направлении широко использует силу средств массовой информации, особенно телевидения и интернет-сайтов. Поэтому тема формирования имиджа государства посредством телевидения и интернета и изучение связанных с ней вопросов являются актуальными, своевременными и совершенно новыми в научном пространстве таджикской журналистики.

Знакомство с авторефератом диссертации Сафарзоды Мохиры Амирали позволило сделать вывод о высокой научно-практической значимости проведенных автором исследований. Диссертация посвящена изучению актуальных научных вопросов современной науки – имиджа и формирования имиджа государства посредством средств массовой информации, в частности телевидения и интернета. При этом соискателем подробно исследованы и обсуждены вопросы, начиная с основ возникновения теории формирования имиджа и заканчивая появлением имиджелогии как самостоятельной отрасли социальных наук и её связью с филологическими науками, включая журналистику, а также роль средств массовой информации в формировании имиджа государства.

Актуальность темы обосновывается тем, что изучение вопросов имиджа государства посредством средств массовой информации и выявление инструментов формирования имиджа через телевидение и интернет может способствовать активизации деятельности телевидения и интернета в сфере формирования имиджа и внести существенный вклад в процесс формирования международного имиджа Таджикистана.

Исходя из уровня изучения предмета, очевидно, что в ходе исследования диссертант использовал Законы и другие нормативно-правовые документы, научную литературу в данной области, исторические источники, телевизионные программы и передачи, а также материалы интернет-сайтов, что свидетельствует о широком охвате проблематики данного исследования.

Цели и задачи исследования четко определены, а поднятые вопросы рассмотрены в отдельных главах и разделах. Объект и предмет исследования выбраны корректно и соответствуют теме исследования.

Научная новизна темы, насколько нам известно в контексте анализа соответствующей литературы, проявляется в том, что впервые в научном

пространстве Республики Таджикистан широко изучены и обсуждены вопросы имиджа и формирования имиджа государства посредством телевидения и интернета, а также четко продемонстрирована роль средств массовой информации в формировании имиджа страны. Это повышает ценность научной работы и может быть оценено как значимая инициатива и работа в развитии современной таджикской журналистики.

Содержание автореферата свидетельствует, что данная исследовательская работа состоит из введения, пяти глав, 13 разделов, заключения, рекомендаций по практическому применению результатов исследования и списка литературы. Первая глава исследования, озаглавленная «Исторические и теоретические основы познания имиджа и имиджмейкинга», состоит из двух разделов. В этой главе изучаются признаки формирования имиджа в научных и исторических работах, а также концепция и сущность «имиджа» в рамках современных наук, особенно медиавистики и конкретно журналистики, и выполнения функций средств массовой информации в контексте формирования образа страны.

Вторая глава работы непосредственно посвящена концепции и сущности «имиджа государства», определяет элементы и подходы к формированию имиджа государства, а также реализации процесса формирования образа через средства массовой информации. Эта глава, озаглавленная «Формирование политико-правовых основ имиджа и имиджмейкинга в Республике Таджикистан», состоит из двух разделов. В рамках второго раздела этой главы изучаются правовые основы формирования образа в Республике Таджикистан. Исследователь доказывает, что правовая основа имиджа Таджикистана берет свое начало с первых лет независимости.

В третьей главе исследования – «Мир таджиков и международные инициативы Таджикистана в контексте имиджа страны» – изучаются наиболее важные аспекты формирования имиджа Республики Таджикистан в период независимости и подчеркивается роль средств массовой информации в процессе формирования имиджа страны.

Четвертая глава называется «Процесс формирования имиджа Республики Таджикистан на телевидении и в интернете», а заключительная глава – «Использование публицистических жанров в отражении имиджеформирующей реальности». Обе главы состоят из трех разделов и имеют более практическую направленность. В них рассматриваются популярные телепрограммы и материалы интернет-сайтов, и диссертант наглядно демонстрирует влияние телепрограмм на процесс формирования имиджа Таджикистана. Для подтверждения своих научных идей автор диссертации широко использует архивы телеканалов и интернет-сайтов, и с помощью научного и профессионального анализа доказывает глубокое влияние профессиональных навыков журналистов на формирование образа Таджикистана.

В диссертации определены особенности телевидения и интернета, преимущества и недостатки сотрудников обоих медиа-изданий, степень

использования возможностей интернета и современных технологий в разработке профессиональных материалов, способствующих развитию деятельности теле- и медиа-журналистов.

Несмотря на логичные выводы, автореферат диссертации Сафарзоды Мохиры Амирали не лишен недостатков:

1. В автореферате практически нет ссылок на конкретные примеры из практики СМИ. Поэтому хотелось бы уточнить – какие методы филологического анализа были использованы соискателем в данном диссертационном исследовании.

2. Отсутствует анализ негативного отражения имиджа страны (например, тема мигрантов в российских СМИ).

3. Необходимо было, на наш взгляд, также четко показать разницу между брендингом государства и имиджем политика.

Вместе с тем, указанные недостатки и замечания носят незначительный характер и не снижают общей ценности исследования, поскольку диссертант полностью выполнил поставленные перед ним задачи. В целом, при знакомстве с авторефератом диссертации Сафарзоды Мохиры Амирали на тему «Роль телевидения и интернет-сайтов в формировании имиджа Таджикистана» можно сделать вывод, что проведенное исследование предельно актуально, диссертация имеет научно-практическое значение, соответствует требованиям, установленным Порядком присуждения ученых степеней (Постановление Правительства Республики Таджикистан от 30 июня 2021 г., № 267), и его автор достоин получения ученой степени доктора филологических наук по специальности 6.2.22. Журналистика.

РЕЦЕНЗЕНТ:

Доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Россия, г. Екатеринбург)



Владимир Федорович Олешко

«20» августа 2026 г.

620062 г. Екатеринбург пр. Мира, 19

тел. +7 (343) 389-94-01

e-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

