

## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента на диссертацию**

**Осина Романа Викторовича на тему:**

**«Особенности отношения к образу трудового мигранта в условиях  
медиа-воздействия у представителей различных социально-  
демографических групп»,**

**представленную на соискание ученой степени кандидата  
психологических наук по специальности 19.00.05 – социальная  
психология**

**Актуальность** диссертационного исследования Осина Романа Викторовича связана с тем, что в современных условиях СМИ играют существенную роль в развитии информационного общества, формируют идеологические установки, определяют нормы морали и нормы взаимоотношений в сложном постоянно меняющемся мире. Социальные проблемы обостряются в связи с ростом трудовых мигрантов из других стран, может усиливаться социальная напряженность. Формирование установок толерантного сознания с помощью СМИ создает условия для профилактики экстремизма, ксенофобии, национализма, экстремизма. Осин Р.В. совершенно справедливо отмечает, что проблема трудовой миграции крайне мало исследована в отечественной и зарубежной научной литературе. Практически не изучен вопрос о том, как масс-медиа формируют образ мигранта, ориентируясь на различные социально-демографические группы. В связи с этим Осин Р.В. обозначил проблему своего диссертационного исследования – это изучения воздействия СМИ на формирование образа трудового мигранта у представителей различных социально-демографических групп, выявление специфики их отношения к этому образу. Осин Р.В. предполагает, что определенные социально-демографические характеристики личности представителей различных социально-демографических групп определяют отношение к образу трудового мигранта, который репрезентируется в СМИ. Автор диссертационного исследования также считает, что существуют типы отношения к образу трудового мигранта, а также, что под воздействием масс-медиа у людей формируется устойчивый образ трудового мигранта.

Осин Р.В. поставил перед собой задачи изучить взаимосвязь между отношением к образу трудового мигранта, создаваемым в СМИ и социально-демографическими и социально-психологическими качествами личности реципиента, а также создать типологию отношения к образу трудового мигранта. Автор также считает необходимым разработать методические

рекомендации для работников средств массовой информации по повышению толерантности в обществе.

В диссертационном исследовании использовались теоретические и эмпирические методы исследования – анкетирование, тестирование (восемь апробированных психологических методик), опросы различных социально-демографических групп населения. В исследовании принимали участие 447 респондентов. Исследование проводилось в сети интернет.

**Научная новизна исследования** заключалась в следующем:

- изучение отношения представителей различных социально-демографических групп к образу трудового мигранта в СМИ;
- было обнаружено, что отношение различных групп населения к образу трудового мигранта определяется социально-психологическими качествами личности самих респондентов – уровнем их тревожности, агрессивности, толерантности, самоконтролем, эмоциональной устойчивостью, экстраверсией-интроверсией, привязанностью, спонтанностью.
- впервые предложена типология к образу трудового мигранта в СМИ;
- показано, что респонденты испытывают неприязнь к трудовым мигрантам с асоциальной направленностью личности, и, напротив, склонны принимать мигрантов, имеющих высокую квалификацию, специалистов в своей области деятельности. Эти данные свидетельствуют о необходимости проводить строгий отбор приезжающих в нашу страну мигрантов.

**Теоретическая значимость диссертационного исследования.** Автор убедительно доказал, что формирование образа трудового мигранта в СМИ преломляется через социально-психологические качества личности самого реципиента. Подобный результат приводит к необходимости глубокой социально-психологической работы с населением, формированием у них позитивного образа трудового мигранта. В диссертационном исследовании приводятся данные о социально-психологических качествах личности реципиентов, их влиянии на восприятие других людей – представителей иных этнических групп.

Диссертационное исследование развивает теорию отношений и социально-психологическую теорию толерантности, выявляет стратегии влияния СМИ на личность реципиентов и их отношение к образу трудовых мигрантов.

Осиным Р.В. было установлено, что масс-медиа представляют как позитивный, так и негативный образ трудового мигранта. Социально-психологические и социально-демографические характеристики респондентов, в свою очередь, могут способствовать усилению позитивного или негативного образа мигранта. Даже выбор просмотра видеосюжета определяется социально-демографическими характеристиками респондентов.

Таким образом, можно говорить об определенной социально-психологической предрасположенности людей к формированию отношения к образу трудового мигранта.

Р.В. Осиним проведен глубокий анализ понятийного аппарата, основных теорий развития современного информационного общества. Проанализированы понятия «отношение», «стереотип». Специально проанализирована специфика создания и предоставления информации этнического характера в средствах масс-медиа, приведены сведения, характеризующие миграционную ситуацию в нашей стране.

Анализ научной литературы по изучаемой проблеме позволил автору грамотно сформулировать программу исследования, поставить цель, определить задачи, предложить интересные гипотезы, подобрать адекватные методики.

Интересные данные, полученные по результатам исследования в сети интернет по выбору видеоролика – испытуемые разделились на три группы: 1) группа, выбравшая для просмотра видеоролик «Мигрант-убийца»; 2) группа, выбравшая для просмотра видеоролик «Мигрант-герой»; 3) группа отказавшаяся смотреть любой из вышеуказанных видеороликов. Оказалось, что половина респондентов отказываются смотреть видеоролики, а треть респондентов выбирает ролик «Мигрант-герой». Люди, отдающие предпочтение видеоролику «Мигрант-герой», обладают более высоким уровнем толерантности.

На основе кластерного анализа выделены три типа отношений к образу трудового мигранта, формируемого СМИ. Первый тип характеризуется положительным отношением (характерен для женщин и представителей среднего возраста); второй тип – нейтральным (может быть у представителей всех возрастных групп, но больше к нему предрасположены представители средней и старшей возрастных групп); третий тип склонен относиться к трудовым мигрантам отрицательно (представители младшего возраста, а также люди со средним и средне профессиональным образованием).

**Практическая значимость диссертационного исследования** заключается в том, что результаты исследования позволяют сформулировать рекомендации для СМИ по формированию позитивного образа трудового мигранта. При этом необходим учет социально-демографических характеристик аудитории, снижение агрессивности и интолерантности у людей по отношению к мигрантам.

Результаты исследования, безусловно, можно использовать при подготовке программ преподавания психологических дисциплин, особенно в педагогической работе с журналистами и специалистами, работающими в сфере PR и рекламы.

**Степень обоснованности и достоверности выводов** обеспечена глубоким, разносторонним анализом научной литературы по изучаемой проблеме, грамотной формулировкой программы исследования, адекватным подбором методического инструментария, применением современных методов математической обработки полученных результатов, их детальным и скрупулезным анализом.

**К достоинствам** диссертационной работы следует отнести следующее:

1. Обстоятельный анализ научной литературы по социально-психологическим проблемам современного общества, влияния СМИ на психику человека, репрезентации образа трудового мигранта в масс-медиа.
2. Тщательный анализ полученных результатов социально-психологических характеристик личности респондентов.
3. Создание типологии отношения к образу трудового мигранта: позитивное, нейтральное, негативное отношение.

Однако диссертационная работа не лишена недостатков:

1. Нечеткое разделение объекта и предмета исследования. Объект исследования формулируется как отношение к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия. Предмет исследования: специфика отношения к образу трудового мигранта в контексте медиа-воздействия у представителей различных социально-демографических групп, представляющих собой аудиторию СМИ.
2. В эмпирической главе диссертации встречаются теоретические рассуждения.
3. В диссертации заявлено, но фактически отсутствуют рекомендации, разработанные автором для масс-медиа по формированию позитивного образа трудового мигранта.

### **Заключение**

В целом, диссертационная работа, выполненная Осиным Романом Викторовичем, представляет собой законченное, самостоятельное исследование и свидетельствует о высоком профессиональном уровне диссертанта. Текст автореферата в полной мере соответствует содержанию диссертационного исследования, его оформление отвечает требованиям ВАК РФ; десять публикаций автора по теме диссертации (из них три в журналах, рецензируемых ВАК), полностью отражают основные результаты исследования. Положения, выносимые на защиту, являются обстоятельными, весомыми и четко доказанными результатами эмпирического исследования. Выводы являются содержательными и научно обоснованными, содержат выход в практику работы государственных СМИ.

Актуальность, новизна, теоретическая и научно-практическая значимость работы, объём выполненных исследований, позволяет заключить, что диссертация полностью соответствует требованиям, которые предъявляются к диссертациям на соискание степени кандидата наук, изложенным в п. 9 Постановления Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. N 842 "О порядке присуждения ученых степеней", а её автор – Осин Роман Викторович – заслуживает присуждения ему искомой учёной степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.05 – социальная психология.

Официальный оппонент:

Профессор кафедры социальной психологии ФГБОУ ВПО

«Санкт-Петербургский государственный университет»,

Доктор психологических наук, профессор

Почебут Людмила Георгиевна

Федеральное государственное  
бюджетное образовательное  
учреждение высшего  
профессионального  
образования «Санкт-  
Петербургский  
государственный  
университет»

199034, Санкт-Петербург,  
набережная Макарова, д.6

Телефон: (812) 328-94-11

E-mail:

social.psychology@spbu.ru

