



Русская Православная Церковь

(Московский Патриархат)

Образовательное частное учреждение высшего образования  
«Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет»  
(ОЧУ ПСТГУ)

115184, г. Москва, ул. Новокузнецкая, д. 23 Б

тел.: +7 (495) 953-22-89,

[pstgu@pstgu.ru](mailto:pstgu@pstgu.ru)

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации

**Парфеновой Эльвиры Львовны**

### **СПЕЦИФИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РОССИИ**

по специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика  
на соискание ученой степени **кандидата филологических наук**

Актуальность диссертационного исследования, посвящённого специфике деятельности современных благотворительных организаций с целевыми аудиториями для донесения социально-значимой информации в различных медиа, обусловлена рядом факторов. Во-первых, в условиях стабильного интереса к благотворительности в России и возрастании ее роли в решении социально значимых проблем представляет важным комплексное изучение различных форм и способов коммуникации некоммерческих организаций со СМИ для формирования своего имиджа и устойчивости фандрайзинговой деятельности. Во-вторых, отсутствие достаточного количества профессионалов в штатах НКО или отсутствие необходимых умений и навыков у руководителей организаций, нередко выполняющих функции PR-специалистов, обуславливает необходимость системного анализа практики, включающей в себя изучение стратегий, инструментов медиакоммуникации с целью выявления содержания, а также наиболее оптимальных способов подачи материалов, способных заинтересовать журналистов, и при этом и отвечающих интересам целевых групп.

В автореферате четко определены актуальность, цель, задачи исследования.

Детально прописан раздел научной разработанности, который включает в себя работы, посвященные как теоретическим, так и практическим аспектам благотворительности, в том числе и в историческом контексте.

Научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования не вызывают сомнения. Так, для благотворительных организаций, безусловно, будут важны рекомендации по выстраиванию системы медиакоммуникации с целью повышения их устойчивости, а также знания о том, какие именно материалы интересны и важны для потенциальных жертвователей и представителей СМИ.

Следует отметить раздел посвященный методологии и методике исследования. Автор использовал взаимодополняющие эмпирические методы исследования, что обеспечивает полноту и объективность полученных данных. Проведены количественные (анкетирование жертвователей и потенциальных жертвователей) и качественные исследования (интервью с представителями благотворительных фондов, экспертами в области медиакоммуникаций и журналистами для понимания практических аспектов медиастратегий НКО).

Работа имеет логичную структуру состоит из четырех глав по три параграфа, которая способствует достижению поставленной цели. Выводы и положения, выносимые на защиту, соответствуют поставленным задачам, обозначены перспективы дальнейшей разработки темы.

Автор неоднократно выступал с результатами исследования на научных конференциях. Имеется список опубликованных статей автора по теме исследования, включая шесть статей в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных Президиумом ВАК РФ для публикации основных результатов диссертационного исследования, и пять статей в иных изданиях.

Представленный автореферат полностью отражает результаты диссертационного исследования, написан в научном стиле, отличается логичностью изложений, корректным использованием научной терминологии и соответствует требованиям, предъявляемым к диссертации.

Все вышесказанное позволяет прийти к выводу, что автореферат диссертации «Специфика медиакоммуникации благотворительных организаций России» соответствуют по содержанию паспорту научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникация и журналистика; удовлетворяет критериям, предъявляемым к диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, установленным пп. 9–11, 13, 14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24.09.2013 г. (в действующей редакции) и критериям раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного ученым советом РУДН 22.01.2024 г., протокол № УС-1, а ее автор Парфенова Эльвира Львовна заслуживает присуждения степени кандидата филологических наук по научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникация и журналистика.

кандидат исторических наук, доцент, зав.кафедрой социальной работы Образовательного частного учреждения высшего образования "Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет"

115184, г. Москва, ул. Новокузнецкая д. 23Б

*Зальцман Татьяна Валерьевна*

Я, *Зальцман Татьяна Валерьевна*, даю согласие на обработку моих персональных данных, связанную с защитой диссертации и оформлением аттестационного дела Парфеновой Эльвиры Львовны.

*Зальцман Татьяна Валерьевна*  
30.04.2026



**ОТЗЫВ**  
**на автореферат диссертации Парфеновой Эльвиры Львовны**  
**«Специфика медиакоммуникаций**  
**благотворительных организаций России»,**  
**представленной на соискание ученой степени**  
**кандидата филологических наук**  
**по специальности 5.9.9. — Медиакоммуникации и журналистика**

Исследование Э.Л. Парфеновой посвящено крайне важной теме, медиакоммуникациям благотворительного «третьего сектора», не только имеющей сегодня острую актуальность, но и недостаточно – в отличие от коммуникаций политической и коммерческой сферы – изученной в отечественной научной традиции. Представленный автореферат отличается логичной и стройной композицией; текст хорошо структурирован, опирается на большое количество научного и эмпирического материала, убедителен в своих выводах и рекомендациях.

Автор поставила перед собой сложные исследовательские задачи, однако в целом решает их достаточно успешно. Первая глава диссертации, судя по автореферату, не только концептуализирует теоретическое содержание феномена благотворительности, но и рассматривает данное явление с разных ракурсов и точек зрения, обеспечивая качественный междисциплинарный подход к изучаемому предмету. Вторая глава содержит серьезный экскурс в историю благотворительности в России и в специфику освещения этой деятельности в прессе на разных этапах социальной истории страны – и все это придает изысканиям автора дополнительную многомерность и глубину. Третья глава посвящена коммуникационной деятельности благотворительных организаций в современных российских СМИ и новых медиа; автор умело использует не только аналитические, но и социологические методы исследования, что является «изюминкой» рассматриваемой работы. Наконец, четвертая глава содержит авторские рекомендации по решению целого комплекса коммуникационных проблем отечественных благотворительных организаций: предлагается общая коммуникационная схема работы благотворительных фондов для реализации первичного контакта с аудиторией, перечисляются специализированные прикладные инструменты, вырабатываются методы эффективной фандрайзинговой деятельности и т.д. Можно сказать, что, судя по автореферату, мы имеем дело с хорошо фундированным теоретически и опирающимся на солидную эмпирическую базу исследованием; работа Э.Л. Парфеновой вызывает уважение как разносторонним академическим подходом к изучаемому феномену, так и глубиной погружения в повседневную деятельность благотворительных организаций, и научной эрудицией – и хорошим знанием прикладных основ дела.

В то же время, стоит отметить и некоторые недочеты – могу судить о них только по автореферату, хотя, возможно, в основном тексте диссертации они отсутствуют. Например, несмотря на то, что автор оговаривает, что «в

настоящем исследовании не предусмотрен широкий обзор западных подходов к функционированию и развитию благотворительной деятельности в зарубежных странах», все же какие-то известные работы не стоило бы обходить вниманием, хотя бы «неширокий обзор» был, по нашему мнению, необходим. Например, в давно переведенной на русский язык книге Р. Хейвуда «Все о Public Relations» есть специальные разделы, посвященные коммуникациям некоммерческих/благотворительных организаций, особенностям спонсорства и т.д.; можно назвать и другие зарубежные работы, уделяющие этой проблематике большое внимание. Жаль, если этот опыт не обобщен и в самой диссертации, такой подход несколько сужает исследовательскую оптику автора.

Есть некоторые замечания по поводу основных позиций Введения – например, определенное сомнение вызывает точность формулировки гипотезы, которая выглядит несколько недоказуемой в рамках одной диссертационной работы (так, для меня остается открытым вопрос, можно ли утверждать, что абсолютно для всех благотворительных организаций именно и главным образом активная медиакоммуникационная деятельность влияет на их жизнеспособность (коррелирует с ней)).

Однако высказанные замечания не снижают общей актуальности и научной новизны исследования Э.Л. Парфеновой, насколько можно судить по рецензируемому автореферату. Данный текст, на мой взгляд, свидетельствует о теоретической ценности, практической значимости и оригинальности проведенной работы; а сам автор заслуживает присуждения искомой научной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. — Медиакоммуникации и журналистика.

Рецензент – доктор политических наук, профессор,  
профессор Института медиа НИУ ВШЭ

  
С.А. ШОМОВА

27.04.2026

Подпись Шомовой Светланы Андреевны заверяю:

Подпись заверяю

СПЕЦИАЛИСТ ПО  
КАДРОВОМУ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВУ  
ОТДЕЛА ПО КАДРОВОМУ АДМИНИСТРИРОВАНИЮ  
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА  
БЕРСЕНЕВ А.В.



## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Парфеновой Эльвиры Львовны «Специфика медиакоммуникации благотворительных организаций России», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Рецензируемый автореферат представляет собой краткое изложение диссертационного исследования, посвященного специфике медиакоммуникации благотворительных организаций России. Работа выполнена на пересечении теории журналистики, медиакоммуникаций, социальной коммуникации, PR, фандрайзинга и исследований некоммерческого сектора, что обуславливает ее междисциплинарный характер и актуальность.

В центре внимания автора находится благотворительная организация как особый субъект медиапространства, для которого коммуникация выступает не вспомогательным, а системообразующим условием деятельности. Парфенова Э. Л. рассматривает благотворительность не только как социальный и аксиологический феномен, но и как явление, нуждающееся в постоянной публичной репрезентации, поскольку доверие, прозрачность, узнаваемость и вовлеченность аудитории напрямую связаны с устойчивостью благотворительной организации.

Автором убедительно обозначена исследовательская проблема, связанная с недостаточной представленностью темы благотворительности в российских СМИ и с трудностями, которые испытывают сами благотворительные организации при выстраивании медиакоммуникации. К таким трудностям отнесены нехватка профессиональных PR-компетенций, отсутствие ресурсов для содержания профильных специалистов, неумение формировать актуальный для журналистов и аудитории контент,

формальный подход к коммуникации, а также закрытость и недостаточная прозрачность отдельных организаций.

Логика исследования прослеживается в автореферате четко. Автор последовательно движется от рассмотрения благотворительности как социального института и исторического феномена к анализу ее репрезентации в российской прессе, затем — к изучению современных медиакоммуникативных практик благотворительных организаций и разработке практических рекомендаций по повышению эффективности их деятельности. Особенно ценным представляется историко-коммуникативный аспект работы, позволяющий показать, что взаимодействие благотворительных структур и медиа имеет в России длительную традицию.

Научная новизна исследования состоит в системном анализе медиакоммуникации благотворительных организаций России как самостоятельного объекта научного рассмотрения. Продуктивной является попытка автора определить медиакоммуникацию благотворительной организации как коммуникацию с целевыми аудиториями по донесению социально значимой информации посредством различных медиа — как традиционных, так и новых. Такое понимание позволяет объединить работу со СМИ, социальными сетями, сайтами, рассылками, визуальным контентом, сторителлингом и фандрайзинговыми платформами.

Чрезвычайно ценными представляются выводы автора о связи между медиакоммуникационной активностью благотворительной организации и ее устойчивостью. В автореферате убедительно показано, что медиаактивность влияет не только на узнаваемость фонда, но и на его репутацию, уровень доверия, способность привлекать жертвователей и поддерживать долгосрочные отношения с аудиторией.

Значимым достоинством исследования является его эмпирическая база. Автором использованы результаты опросов представителей благотворительных организаций, жертвователей и потенциальных жертвователей, а также глубинных интервью с журналистами. Такой подход

позволяет рассмотреть проблему с позиции всех ключевых участников коммуникационного процесса. Особенно важно, что автор показывает: потенциальные жертвователи нуждаются не только в эмоциональном импульсе, но и в подтверждении надежности организации, прозрачности ее деятельности, регулярной отчетности и понятных результатах помощи.

Существенным результатом работы является обоснование роли сторителлинга в медиакоммуникации благотворительных организаций. Автор показывает, что личные истории благополучателей, сообщения о достижениях фонда, познавательная информация и визуально насыщенный контент способны формировать эмоциональную связь с аудиторией и переводить разовый контакт в устойчивое взаимодействие.

Практическая значимость исследования выражается в разработке рекомендаций по использованию средств медиакоммуникации для повышения эффективности работы благотворительных организаций. Представляются полезными предложенные схемы коммуникации для первичного контакта с аудиторией и для регулярного взаимодействия с уже привлеченными сторонниками. Эти рекомендации имеют прикладное значение для руководителей НКО, PR-специалистов, фандрайзеров и журналистов, работающих с социальной тематикой.

Вместе с тем автореферат позволяет обозначить некоторые вопросы дискуссионного характера. В частности, перспективным представляется более подробное раскрытие критериев оценки эффективности медиакоммуникации благотворительных организаций и соотнесение коммуникационных показателей с конкретными результатами деятельности фондов: ростом регулярных пожертвований, уровнем доверия, охватами, вовлеченностью, количеством публикаций в СМИ и степенью узнаваемости организации.

Указанное замечание не снижает общей высокой оценки работы, а лишь обозначает перспективы дальнейшей разработки темы. Судя по автореферату, диссертационное исследование Парфеновой Э. Л. содержит

самостоятельное и научно обоснованное решение актуальной задачи, имеющей существенное значение для развития теории медиакоммуникаций, социальной журналистики и практики деятельности благотворительных организаций в России.

Текст автореферата соответствует требованиям, предъявляемым к подобного рода работам, закрепленным, в частности, в п.2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а ее автор, Парфенова Э.Л., заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Рецензент кандидат философских наук, старший научный сотрудник кафедры философского факультета МГУ им. М.В. Ломоносова Пущаев Юрий Владимирович

Личную подпись Пущаева Юрия Владимировича заверяю:



Контактные данные: 8495 939-19-25

Место работы: 119991, ГСП-1, Москва, Ленинские горы, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Учебный корпус «Шуваловский», философский факультет.