

Отзыв официального оппонента

на диссертацию Парфеновой Эльвиры Львовны на тему «Специфика медиакоммуникации благотворительных организаций России», представленную на соискание учёной степени кандидата филологических наук, специальность 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

Тема диссертационной работы, посвящённая медиакоммуникациям благотворительного сектора, представляется необычайно актуальной. В современных условиях эффективные медиакоммуникации становятся главным фактором, напрямую влияющим на эффективность работы благотворительных организаций. Развитие цифровой среды трансформировало привычные модели продвижения повестки благотворительности. Сейчас организации стали активными самостоятельными акторами медиaprостранства. Но роль традиционных СМИ также остается значимой. К сожалению, социально-ориентированные медиакоммуникации пока нечасто попадают в фокус теоретических и прикладных исследований. Предлагаемая диссертационная работа вносит важный вклад в заполнение этого пробела.

Диссертантка четко формулирует цель исследования: выявить способы эффективной медиакоммуникации благотворительных организаций России. Цель достигается посредством сопоставимых задач: изучить благотворительность как общественно-социальное явление в России; исследовать ее роль и особенности; рассмотреть генезис коммуникации в российских благотворительных организациях; найти современные тенденции и подходы к медиакоммуникации в третьем секторе.

Объектом исследования является освещение темы благотворительности в медиaprостранстве, предметом — специфика медиакоммуникации в благотворительных и некоммерческих организациях России. Объект и предмет диссертационного исследования находятся во взаимосвязи и взаимозависимости. Цель и задачи научной работы дают основания для разработки авторского, обоснованного видения научной новизны и положений, выносимых на защиту. Последние представлены в виде тезисов, аргументация которых, по нашему мнению, логична и последовательна.

Первая глава посвящена изучению теоретических аспектов благотворительных организаций через призму ретроспективы развития концепции благотворительности в системе научного знания в России и за рубежом. Вторая глава «Генезис коммуникации в российских благотворительных организациях» посвящена изучению функциональных, нормотворческих и институциональных аспектов благотворительности. В третьей главе «Коммуникационная деятельность благотворительных организаций в современных российских СМИ и новых медиа» рассматриваются особенности медиа-коммуникативной системы современных благотворительных организаций, а также приведены результаты исследования способов медиакоммуникации. В четвертой главе «Использование средств медиакоммуникации для повышения эффективности работы благотворительных организаций» предлагается комплекс решений указанной проблемы, инструменты улучшения репутации и фандрайзинговой деятельности третьего сектора.

Автор провёл основательное исследование благотворительности в России, успешно проследив взаимосвязь между эволюцией благотворительной деятельности и её отражением в медиапространстве. К числу существенных достоинств работы следует отнести масштабный сбор и систематизацию представленной в русскоязычном информационном пространстве информации о медиакоммуникациях в благотворительной сфере. Это позволило создать целостное представление о текущем состоянии изучаемого феномена.

Научная новизна исследования бесспорна, заключается в концептуализации ключевых понятий и идей, связанных с медиакоммуникациями в благотворительных организациях. Автор сформулировал определение медиакоммуникации благотворительной организации, обозначил ее роль и особенности в современной медиасреде, провел эмпирическое исследование, обратив внимание как на мотивацию потенциальных и реальных благотворителей, так и на каналы и контент медиакоммуникации, разработал схемы для благотворительных фондов по реализации первичного контакта с аудиторией и установлению регулярного взаимодействия.

Выводы диссертации логически вытекают из проведенного анализа и подкрепляются полученными данными. Практическая значимость подтверждается возможностью внедрения в деятельность благотворительных организаций рекомендаций по улучшению практик медиакоммуникации и повышению их устойчивости и эффективности.

Личный вклад соискателя в разработку проблемы значителен и выражается в сборе и обработке эмпирических данных, формулировке научных положений и выводов; апробации результатов на научных мероприятиях и публикациях.

При общей высокой оценке работы следует отметить ряд замечаний.

1. В диссертационном исследовании автор не вводит и не уточняет понятие PR в благотворительности, оставляет концептуальные границы между медиакоммуникациями и PR деятельностью размытыми, что создаёт теоретическую неопределённость. Неясно, как коммуникационные практики соотносятся со связями с общественностью. Наиболее логичным пространством для этой реализации этой задачи кажется параграф 3.2.
2. Теоретическая база исследования сформирована преимущественно на основе научных публикаций, вышедших в свет до начала СВО, но с 2022 г. в стране произошли фундаментальные изменения, затронувшие институциональные, гуманитарные, экономические, технологические и социокультурные аспекты. Ссылки на исследования 2019 года (ВЦИОМ на стр.4, источник 158 на стр.5, данные на стр. 82 и др.) кажутся устаревшими, тем более что в открытом доступе имеются более свежие данные. Аналогичные комментарии могут быть отнесены и к данным на стр. 45. Представленные сведения дают хорошую ретроспективу, однако для полноты картины требуется их актуализация.
3. С точки зрения архитектоники работы, содержание параграфа 2.1 более органично соотносится с предметным полем Главы 1. В текущем виде данный параграф затрагивает проблематику, заявленную в названии второй главы, по касательной.

4. В параграфе 3.3 автор информирует о результатах опроса представителей благотворительных организаций России, журналистов, а также действующих и потенциальных жертвователей российских благотворительных фондов. При этом приведённая гипотеза выглядит тривиально: «для улучшения репутации и фандрайзинга благотворительным организациям необходимо вести активную медиакоммуникационную деятельность преимущественно в новых медиа». Разработка анкет в рамках исследования вряд ли может считаться задачей, скорее, это инструмент, с помощью которого необходимо решить задачу (стр. 105).
5. Из текста диссертационной работы не до конца ясны критерии отбора респондентов для участия в опросе, в частности, «жителей России, заинтересованных в участии в благотворительности», «представителей российских НКО». Например, автором была сформирована выборка «жителей России, заинтересованных в участии в благотворительности» (параграф 3.2, стр.105). Каким образом оценивалась степень заинтересованности в благотворительности, какого возраста, пола, социального и экономического статуса были респонденты? Перечисленные факторы обуславливают специфику медиапотребления, предопределяют как предпочтительные каналы получения информации, так и типы потребляемого медиаконтента. Про представителей российских благотворительных общественных организаций известно лишь то, что выборка отражает тенденцию по России, где большая часть благотворительных общественных организаций являются малыми или средними. Этой информации явно недостаточно для глубокого понимания профиля респондентов.
6. Одним из уязвимых моментов практического исследования является неопределенность некоторых позиций категориального аппарата, так, в частности, в анкете и в дальнейшем в тексте прослеживается неопределенность в том, какое радио имеется в виду, что понимается под социальными сетями, электронными СМИ. Уточнение категориального аппарата позволило бы избежать неоднозначности в трактовке результатов и конкретизировало бы конечные выводы.

Хочется поспорить с автором в оценке использования печатных изданий для коммуникации. На стр. 106 указано, что к этому каналу прибегают «только 43,3 % опрошенных». В современных условиях данный показатель может быть квалифицирован как достаточно высокий. Однако из текста неясно, какие именно печатные издания автор имеет в виду: газеты, журналы или листовки и брошюры. Частично ответ приводится в рис. 7, но в этой ситуации становится неясным, куда исследователь, а попутно и респонденты, относят гибридные СМИ, существующие как в печатном виде, так и в электронном.

7. К недостаткам работы стоит отнести погрешности в соблюдении норм научного стиля русского языка. Это влияет на восприятие текста и затрудняет понимание авторской аргументации. Например, на стр. 5, автор пишет: «БО (благотворительным организациям – прим.), в свою очередь, в своей деятельности важно использовать эффективно выстроенную систему медиакоммуникации, включая новые медиа». Понятно, что автор имеет в виду систему коммуникации, включающую работу, в том числе и с новыми, а не только традиционными, медиа, но само предложение могло бы быть сформулировано лучше. На стр.6 формулировке «исследование механизмов работы процесса

медиакоммуникации» присущи стилистическая избыточность и дублирование смыслов. Имеются и откровенные стилистические и пунктуационные ошибки. Например, на стр. 6 во фразе «отдельных работ, в том числе диссертационных, специально посвящённых медиакоммуникации для благотворительных и некоммерческих организаций России нами не обнаружено», пропущена запятая; там же — «российские благотворительные организации, как институты гражданского общества...» — запятая, на наш взгляд, не требуется. Фраза «фонд имеет более пятисот подопечных (инвалидов по слуху и зрению) по всей стране» на стр. 100 является калькой с английского, фраза «фонд пользуется грантом» на стр. 101, на наш взгляд, некорректна, более уместно было бы указать, что фонд реализует деятельность на средства гранта.

Автор злоупотребляет сложными перегруженными синтаксическими конструкциями. Приведем лишь несколько примеров, когда гипертрофированная усложненность синтаксиса приводит к тому, что текст становится трудночитаемым и непонятным. Название параграфа 2.3. (Влияние условий социального развития на процессы и результаты коммуникации благотворительных организаций и СМИ в XX – начале XXI вв.) страдает стилистической тяжеловесностью, поскольку перегружено абстрактными существительными («влияние», «условия», «процессы», «результаты»), что делает его сложным для восприятия.

Излишне сложной кажется гипотеза исследования, сформулированная на странице 11; фраза на стр. 9. («перечисленные авторы имеют успешный опыт работы в некоммерческих и благотворительных организациях, в своих работах дают рекомендации, имеющие прикладную значимость и в вопросах управления и функционирования БО, в построении сайта организации и ее коммуникационной деятельности, а также фандрайзинга, который является одной из насущных проблем некоммерческих и БО») и другие.

Перегруженность слишком длинными перечислениями и применение громоздкой структуры в целом мешают сохранению фокуса внимания читателя и создают почву для лексических, грамматических и стилистических ошибок. Например, на стр. 9 фраза «помимо перечисленных монографий и пособий от практиков российской благотворительности, множество статей авторов-практиков с материалами о насущных проблемах благотворительных организаций освещаются на различных специализированных ресурсах, где можно найти не только актуальную информацию, но и получить доступ к статистическим данным и исследованиям»). На стр. 11 — «впервые предметом социологического исследования стала медиакоммуникативная риторика российских благотворительных организации (реципиентов), оцениваемая группами экспертов — представителей гражданского (жертвователей – доноров) и СМИ-сообщества (журналистов), как связующего звена между реципиентом и донором социального блага».

8. Некоторые недочеты выходят за рамки исключительно языковых и вызывают непонимание авторской позиции. Например, автор пишет, что «одной из приоритетных функций любого СМИ является формирование общественного мнения, создание здорового общества» (стр. 4, стр. 57). На наш взгляд, в этой ситуации две разные функции СМИ объединены в одну. Однако неясно, чем обусловлена эта фраза: неверным применением однородных членов или же авторским видением функций масс-медиа. Обосновывая данный тезис, автор опирается на публикацию аспиранта М. Н. Бодрова

(2020 г.), при этом за рамками остаются более фундаментальные трактовки функций журналистики авторства, например, С. Г. Корконосенко, Е. Л. Вартановой, Л. Г. Свитич и др.

9. В ряде случаев термин «издание» заменен на слово «издательство», что искажает его смысл и не соответствует реальности. Например, на стр. 80 фраза «к настоящему моменту помимо вышеперечисленных существует еще ряд издательств, специализирующихся на острых социальных вопросах и занимающихся организацией сбора средств для БО и нуждающихся граждан». Далее автор перечисляет акторов, которых невозможно отнести к категории «издательств»: «Такие дела», фонд «Нужна помощь», проект «Russia Today» под названием «Дальше действовать будем мы», благотворительный проект RT «ДДБМ» и др. Ошибка повторяется несколько раз (на стр. 86, 88 и др.). Издательство — это предприятие, компания или организация, которая осуществляет весь цикл подготовки и выпуска книги (или другой продукции), а издание — готовый, оформленный печатный или электронный материал, прошедший редакционную обработку и выпущенный в свет.
10. Приведенные на с. 88 тезисы («В 2022-2023 гг. публикуется около 200 000 сообщений в год на тему благотворительности. Региональные СМИ освещают эту тему охотнее, чем федеральные») представляются умозрительным, так как не подкреплены ссылками на источники или данными анализа.
11. Использование имён и фамилий в тексте не унифицировано: в одних случаях приводятся полные имена с фамилиями, в других — инициалы и фамилия. Например, на стр. 130: «В монографии “Как устроены некоммерческие организации” Дмитрий Поликанов отмечает, что при фандрайзинге нет универсальных рецептов успеха. Д. Поликанов сравнивает фандрайзера с разведчиком». Такая разнородность создаёт впечатление небрежности оформления.
12. В рамках проведённого исследования автором не были рассмотрены два значимых феномена, оказывающих влияние на мотивацию к благотворительности: теория «тёплого свечения» (warm glow giving) и феномен «усталости от сострадания» (compassion fatigue). Их учёт мог бы существенно дополнить анализ механизмов благотворительного поведения и расширить интерпретацию полученных результатов. Ограничением работы является и тот факт, что автор рассматривает влияние медиакоммуникаций на фандрайзинг и репутацию благотворительных организаций, оставляя без внимания добровольчество. Это приводит к неполноте выводов, поскольку волонтерский труд — значимый ресурс третьего сектора, сопоставимый по ценности с финансовыми поступлениями; а медиакоммуникации могут выступать ключевым инструментом привлечения добровольцев. Из поля внимания исследования выпадает важная тема злоупотребления и мошенничества в сфере благотворительности, а также их влияние на отношение аудитории к медиакоммуникациям. Поскольку СМИ и цифровые платформы нередко становятся инструментом подобных манипуляций, этот аспект требует отдельного рассмотрения — он может существенно влиять на доверие к благотворительным инициативам и каналам их продвижения.
13. В исследовании фокус сосредоточен преимущественно на журналистах как акторах медиаполя, тогда как иные создатели контента в цифровой среде остаются вне должного внимания. Между тем влияние авторов Telegram-каналов, лидеров общественного

мнения, блогеров с большой аудиторией, известных медийных личностей и подобных акторов может существенно превышать воздействие традиционных СМИ на охват аудитории, уровень доверия к инициативам и эффективность фандрайзинга. Рассмотрение ролей относительно новых участников медиаполя позволило бы получить более полную картину современной медиакommunikации.

Указанные замечания не умаляют достоинств представленной к защите диссертации. Несомненно, в работе затронут огромный пласт проблем, которые ждут новых исследователей.

Заключение

Проведённый анализ позволяет сделать вывод, что диссертация Парфеновой Эльвиры Львовны на тему «Специфика медиакommunikации благотворительных организаций России», представленная на соискание учёной степени кандидата филологических наук, специальность 5.9.9. – Медиакommunikации и журналистика является завершённым научно-квалификационным исследованием. Содержание диссертации соответствует паспорту специальности «5.9.9. – Медиакommunikации и журналистика».

Считаю, что работа соответствует 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.

Автор, Эльвира Львовна Парфенова, заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. – Медиакommunikации и журналистика.

Официальный оппонент:

Иванян Рузанна Гургеновна, кандидат политических наук (специальность 10.01.10 - Журналистика, 2008 г.), доцент, доцент кафедры журналистики и медиатехнологий СМИ, Высшая школа печати и медиатехнологий Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург.

191186 Санкт-Петербург, Россия, ул. Большая Морская, д. 18 тел/факс: +7 (812) 315-16-83, 571-95-84.

rouzanna@youthcentre.ru, +79217526039

30.04.2026

Иванян Рузанна Гургеновна

Подпись Иванян Рузанны Гургеновны удостоверяю:

Подпись Руки Р.Г. Иванян заверяю



директор
Виталия Степановича
Лезунова И.Б.