

ОТЗЫВ

официального оппонента Гринберг Татьяны Эдуардовны о диссертации Мруг Кристины Владимировны на тему «Формирование имиджа власти в региональных СМИ: пиар-методы и технологии (на примере Краснодарского края)», представленную на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) в Диссертационный совет ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Тема формирования имиджа власти на разных уровнях представляется весьма актуальной; особенно в условиях турбулентной информационной среды и критичности оценок любых действий власти. Продуманное формирование информационного пространства и использование медиа для трансляции позитивного имиджа с помощью коммуникационных инструментов сегодня представляется необходимой задачей любого органа власти.

Научная новизна диссертационного исследования прежде всего определяется комплексной оценкой медиасреды конкретного региона в контексте ее ресурсов для трансляции имиджа региональной власти; выделением принципиальных для Краснодарского края аспектов имиджа; определением локальных коммуникационных групп, определяющих общественные настроения; разработкой рекомендаций, которые могут быть использованы и в иных регионах, демонстрирующих схожие характеристики в плане социально-экономического и социокультурного развития.

Научные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертации опираются на серьезную проработку теоретических источников, в результате которого сформирована авторская концепция исследования, и системный анализ эмпирической базы, который позволил получить достоверные результаты.

Практическая ценность исследования обусловлена перспективой использования его данных для формирования позитивного имиджа не только конкретной администрации Краснодарского края в медиапространстве, но и других региональных субъектов власти. Результаты диссертации могут быть востребованы при формировании междисциплинарных факультативных курсов и методических материалов в сфере медиакоммуникаций, рекламы и связи с общественностью; при разработке курсов повышения квалификации и переподготовки кадров для медиаиндустрии, а также для государственных служащих.

К сильным сторонам диссертации можно отнести анализ существенного массива статей краевой периодики и региональных версий федеральных изданий, опубликованных и видеоматериалов ГТРК «Кубань», «Кубань 24», ВГТРК «ГТРК Сочи» в период с 2019 по 2023 год. Такой объем эмпирического материала позволяет считать результаты исследования в

полной мере обоснованными. Сильной стороной авторского взгляда также представляется соотнесение теории имиджа с символическим интеракционизмом и выделение особенностей имиджа именно власти.

Основные результаты диссертационного исследования отражены в шести публикациях, три из которых опубликованы в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ/ РУДН, три – в сборниках международных научно-практических конференций по проблематике исследования.

Автореферат и опубликованные статьи полностью отражают основное содержание диссертации.

Тем не менее, необходимо высказать несколько замечаний. При всей убедительности и доказательности представленных К. В. Мруг постулатов хотелось бы отметить ряд замечаний к работе, носящих, по мнению оппонента, дискуссионный характер.

1. Учитывая специфику медиапотребления в современном обществе традиционные СМИ все больше уступают свое место новым медиа – социальным сетям, мессенджерам и другим интернет-площадкам. Фокусирование внимания преимущественно на традиционных региональных СМИ и игнорирование социальных медиа как источника, на наш взгляд, сужает горизонт исследования имиджа региона и региональной власти, упрощает представление, не позволяет в полной мере раскрыть глубину проблемы, т.к. вне поля зрения остаются лидеры мнений, многочисленные телеграм-каналы, способные формировать информационную повестку и воздействовать на общественное мнение.

2. На наш взгляд, автору не удалось избежать терминологической путаницы и преодолеть существующего в научном дискурсе смешения понятий «образ» и «имидж», несмотря на неоднократно акцентирование в работе внимание на различиях между этими понятиями. Имиджевая компонента присутствует в образе, но, скорее, как фактор. Поэтому требует уточнения: как, в представлении диссертанта, соотносятся эти два понятия и какое утверждение все-таки считать верным?

3. Автор не всегда корректно использует термины, в частности, термина «пиар» – не существует в научном и профессиональном обороте, это разговорная речевая практика – лучше использовать термины «связи с общественностью», «СО»; формулировка «анализы Э. А. Галумова» звучит двусмысленно; непонятно, что автор подразумевает под «мерами и ресурсами СМИ». Есть сомнительные утверждения, например, «Отсутствие самостоятельности пиар в России вполне объясняется его местом на рынке: он не приносит значительных финансовых дивидендов в сфере управления репутацией, вследствие чего часто рассматривается лишь как одна из составляющих маркетинга» (С.56). Требуется пояснение, что именно автор имел в виду?

4. Фрагменты, раздела 1.1., посвященные определениям связей с общественностью и разграничению функций рекламы и связей с общественностью базовые, поэтому выглядят несколько школярски.

5. Присутствует некая нечеткость в понятиях «методы и технологии», «стратегии и тактики», «коммуникативный» и «коммуникационный». Хотелось бы уточнения этих понятий.

Вместе с тем, высказанные замечания не снижают теоретическую, практическую и научную ценность диссертационного исследования Мруг Кристины Владимировны.

Заключение. Диссертационное исследование Мруг Кристины Владимировны является законченной научно-квалификационной работой, в которой содержится новое решение научной задачи – формирование научной и практически ориентированной концепции разработки имиджа субъектов региональной власти, имеющей важное значение для развития теории и практики связей с общественностью в органах власти и государственного управления.

Работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Мруг Кристина Владимировна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

профессор кафедры рекламы и связей с общественностью
факультета журналистики Московского государственного
университета имени М. В. Ломоносова
доктор филологических наук (10.01.10.),
доцент

Гринберг Татьяна Эдуардовна

Подпись проф. Т. Э. Гринберг заверяю.



«25» апреля 2025 г.

Адрес: Москва, ул. Моховая, 9, корп.1

Тел.: +7 916 687-74-14, e-mail: gritajourn@mail.ru