

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА ПДС 0500.007
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ ПАТРИСА
ЛУМУМБЫ» ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета от 23 мая 2025 г., протокол № 117

О присуждении Мруг Кристине Владимировне, гражданке Российской Федерации, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Формирование имиджа власти в региональных СМИ: пиар-методы и технологии (на примере Краснодарского края)» по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика в виде рукописи принята к защите 11 апреля 2025 г., протокол № 105, диссертационным советом ПДС 0500.007 Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» (РУДН) Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6; приказ от 13 февраля 2023 года № 65).

Мруг Кристина Владимировна, 27 апреля 1981 года рождения, гражданка Российской Федерации. В 2020 году окончила магистратуру Сочинского государственного университета по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

С 01 декабря 2024 г. по 30 ноября 2025 г. прикреплена на кафедру теории и истории журналистики филологического факультета РУДН для подготовки диссертации по научной специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика.

С 01 ноября 2023 г. по настоящее время Мруг Кристина Владимировна работает заместителем директора по стратегическим коммуникациям Сочинского института (филиала) ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы».

Диссертация выполнена на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета Федерального государственного автономного

образовательного учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный руководитель – Мартыненко Елена Викторовна, доктор политических наук, профессор, заведующая кафедрой теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы.

Официальные оппоненты:

Гавра Дмитрий Петрович (РФ), доктор социологических наук (22.00.08), профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью в бизнесе Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета;

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

Баранова Екатерина Андреевна (РФ), доктор филологических наук (10.01.10), доцент, профессор кафедры коммуникационного менеджмента и управления отношениями факультета политических и социальных технологий Российского государственного социального университета
дали положительные отзывы о диссертации.

Соискатель имеет 6 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации 6, из них 3 работы, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных «Перечнем РУДН», «Перечнем ВАК РФ». Общий объем публикаций 2,5 п. л.

Авторский вклад 100 %.

Наиболее значимые публикации:

1. Мруг К. В. К вопросу определения понятий имиджевого и пиар-текстов в современном медиапространстве // Litera. 2023. № 11. С. 10-16. DOI: 10.25136/2409-8698.2023.11.68890

2. Мруг К. В. Структура и функции пространственно-территориального медиаимиджа региона // Журналист. Социальные коммуникации. 2023. № 4 (52). С.67-78.

3. Мруг К. В., Мартыненко Е. В. Анализ стратегий формирования имиджа региональных властей в современных медиапространствах Краснодарского края и оценка их влияния на общественное восприятие // Глобальный научный потенциал. 2024. № 10 (163). С. 333-338.

На автореферат диссертации поступили положительные отзывы. В них отмечается, что диссертационное исследование, представленное авторефератом, представляет собой самостоятельное, оригинальное, целостное и завершенное научное исследование, которое имеет теоретическую значимость, практическую ценность, отличается актуальностью и научной новизной, обладает достоверностью полученных результатов и вносит существенный вклад в развитие теории медиакommunikации, журналистики и массовых коммуникаций, связей с общественностью.

Отзывы поступили от:

Бушева Александра Борисовича (РФ), доктора филологических наук (10.02.01), доцента, профессора кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью филологического факультета Тверского государственного университета. Отзыв положительный, замечаний нет;

Желтухиной Марины Ростиславовны (РФ), доктора филологических наук (10.02.19), профессора, профессора РАО, академика РАЕН, директора, главного научного сотрудника научно-образовательного центра «Человек в коммуникации» Пятигорского государственного университета. Отзыв положительный, замечаний нет;

Малькевича Александра Александровича (РФ), кандидата политических наук (23.00.02), доцента, заведующего кафедрой социальных коммуникаций факультета филологии и социальных коммуникаций Азовского государственного педагогического университета, сопредседателя Координационного совета по интеграции новых субъектов России при ОП РФ. Отзыв положительный, замечаний нет.

Выбор официальных оппонентов обосновывается их высокой квалификацией, наличием научных трудов и публикаций, соответствующих теме оппонируемой диссертации.

Гавра Дмитрий Петрович является крупнейшим в России специалистом по теории связей с общественностью, методологии и методике изучения общественного мнения, проблемам формирования мнения и манипулирования массовым сознанием, теории и практике стратегических коммуникаций в политике и бизнесе. Им разработана институциональная концепция общественного мнения, предложены новые подходы к определению его структуры и функций. Важным вкладом в теорию общественного мнения является предложенная Д. П. Гаврой теоретическая схема взаимодействий общественного мнения с институтами власти и управления в современном обществе, опирающаяся на специально разработанную систему критериев для определения характера режима взаимодействия, что является одним из важных аспектов диссертационного исследования соискателя.

Основные публикации (оппонента) по тематике диссертационного исследования:

1. Гавра Д. П., Быкова Е. В., Байкова И. А. Метафорические номинации национальных лидеров прошлого как феномен актуальной политической коммуникации // *Litera*. 2024. № 3. С. 140-144.
2. Гавра Д. П., Таранова Ю. В. Применение искусственного интеллекта в территориальном брендинге: возможности и вызовы // *Российская школа связей с общественностью*. – 2024. – № 32. С. 61-77.
3. Гавра Д. П., Байер Ю. П. Креативность и креативный субъект в поле коммуникаций: современное понимание и базовые характеристики (часть I) // *Коммуникология*. 2024. Т. 12. № 3. С. 105-115.
4. Гавра Д. П., Байер Ю. П. Креативность и креативный субъект в поле коммуникаций: современное понимание и базовые характеристики (часть II) // *Коммуникология*. 2024. Т. 12. № 4. С. 96-106.
5. Гавра Д. П., Нериновская М. Р., Владимиров В. В. Оценка эффективности деятельности пресс-служб органов власти (на примере территориальных органов Федеральной антимонопольной службы) // *Российская школа связей с общественностью*. 2023. № 31. С. 50-75.
6. Гавра Д. П. Стратегические коммуникации и тексты стратегических коммуникаций: к теоретическому обоснованию категорий // *Российская школа связей с общественностью*. 2022. №27. С. 43-68.
7. Гавра Д. П., Ачкасова В. А., Быкова Е. В. К истории становления Российской школы теоретического анализа связей с общественностью. К 300-

летию Санкт-Петербургского университета // Российская школа связей с общественностью. 2022. № 26. С. 114-129.

Гринберг Татьяна Эдуардовна является крупным специалистом в области формирования имиджа государства и власти, теории и практики связей с общественностью, включая политическую сферу, пиар-методы и технологий, теории и практики стратегических коммуникаций, что является одним из важных аспектов диссертационного исследования соискателя.

Основные публикации (оппонента) по тематике диссертационного исследования:

1. Гринберг Т. Э. Понятие «информационные субсидии» и «интерпретационное доминирование» применительно к связям с общественностью в политике // Медиаскоп: электрон. журн. – 2023. – №1. – URL:<http://www.mediascope.ru/2792>.

2. Гринберг Т. Э. Концепции теоретических и практических моделей коммуникации в связях с общественностью и в переговорах: опыт систематизации // Медиаскоп: электрон. журн. – 2022. – №3-4. – URL:<http://www.mediascope.ru/2776>.

3. Гринберг Т. Э., Минтусов И. Е., Цветкова Д. А. Электоральные и неэлекторальные политические технологии: опыт классификации // Российская школа связей с общественностью. 2022. №27. С. 43-68.

4. Гринберг Т. Э. Теория и практика взаимодействия негосударственных структур с органами государственной власти (GR) в отечественной литературе 2000-2020 гг. // Медиаскоп: электрон. журн. – 2021. – №3. – URL:<http://www.mediascope.ru/2720>.

5. Гринберг Т.Э. и др. Деонтология и этика в современном медиадискурсе: монография. – Москва: Аспект Пресс, 2024. – 221 с.

6. Гринберг Т. Э. Дипфейк как политическая технология // Связи с общественностью и реклама в системе коммуникаций. Выпуск 12. Изд-во Факультет журналистики МГУ, том 13. С.36-44.

7. Гринберг Т. Э. и др. Стратегические коммуникации: теория и практика. – Москва: Аспект Пресс, 2023. – 259 с.

Баранова Екатерина Андреевна – специалист в области брендинга, специфики и формы подачи медиаматериалов, региональной прессе, что является немаловажным аспектом для оценки диссертационного исследования соискателя.

Основные публикации (оппонента) по тематике диссертационного исследования:

1. Баранова Е. А. Контент-маркетинг как инструмент продвижения медиабренда // Litera. 2025. №1. С. 145-155.
2. Баранова Е. А., Новоселова Г. Г. Особенности перехода российской региональной прессы в цифру // Litera. 2024. №1. С. 166-181.
3. Баранова Е. А., Бочаров И. И. Проблема реализации культуроформирующей функции в отечественных СМИ // Litera. 2023. №7. С.1-14.
4. Баранова Е. А., Шнайдер А. А. Формы подачи материалов в дата-журналистике // Litera. 2022. №3. С.98-107.
5. Баранова Е. А., Андрианова Д. Д. Современный российский рынок деловой информации в условиях конкуренции ежедневных СМИ и Telegram-каналов // Litera. 2022. №8. С.100-111.
6. Baranova E. A., Anikeeva I. G., Shiryaeva O. V., Caselles C. G., Shnaider A. Ethical Principles of Journalism Communication: Media Convergence as a Transforming Factor // Online Journal of Communication and Media Technologies. 2022. T. 12. № 4. С. e202245.
7. Баранова Е. А., Новоселова Г. Г. Административное влияние на российскую региональную прессу // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы. Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции: в 2-х томах. Т.1. Москва, 2021. С. 47-52.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

- установлены роль и место связей с общественностью в современной медиасистеме в контексте коммуникативных стратегий;
- проведен анализ понятия «имидж власти» с целью уточнения его воздействия на динамику и прогресс в развитии рассматриваемого региона;
- выявлены функциональные компоненты формирования имиджа региональной власти в медиасреде;
- доказано, что положительный имидж региональной власти необходимо формировать на основе научных представлений о моделях поведения местных коммуникативных сообществ с учетом оценок настроения и общественного

мнения, а также трансформаций в сфере массового и специализированного сознания;

- проведена идентификация коммуникационных стратегий, применяемых региональными массмедиа, пиар-инструментов и технологий, нацеленных на планомерное формирование имиджа власти Краснодарского края;

- проанализирована действенность пиар-стратегий и инструментов при формировании и поддержке имиджа региональной власти;

- доказано, что имидж региональной власти и всего региона в целом является нематериальным активом, формирование которого способствует социально-экономическому развитию Краснодарского края/

Новизна исследования состоит в том, что впервые:

- комплексно рассмотрен масштабный массив контента региональных СМИ Краснодарского края, позволяющий всестороннее изучить роль региональных средств массовой информации в создании положительного образа региональной администрации Краснодарского края;

- разработан концептуальный методологический конструкт, на котором строится процесс формирования и дальнейшего продвижения имиджа региональной власти;

- обоснованы принципы взаимодействия компонентов комплекса мер: структурные и проблемно-ориентированные части стратегий коммуникации, методики пиара, а также инструментарий информационно-коммуникационных технологий, ориентированных на построение и улучшение имиджа органов власти Краснодарского края;

- определены основные тематические векторы образа власти региона, с учётом становления инвестиционных кластеров, наличия уникальных природных богатств, а также потенциала для развития туристической сферы и организации досуга;

- предпринят комплексный всесторонний анализ особых аспектов и специфических факторов, оказывающих влияние на формирование и продвижение имиджа региональной власти посредством массмедиа;

- аргументированы коммуникационные стратегии имиджевой политики в Краснодарском крае;

- проанализированы условия и ситуации, влияющие на создание, укрепление и развитие имиджа региональной власти Краснодарского края в контексте развития всей Российской Федерации;

- разработаны рекомендации, которые могут быть экстраполированы на иные субъекты Российской Федерации, в регионах, демонстрирующих схожие характеристики в плане социально-экономического и социокультурного развития.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

- раскрыты структурные и проблемно-содержательные аспекты коммуникативных стратегий, пиар-методов и технологий, которые ориентированы на создание и продвижение имиджа региональной власти;
- разработан концептуальный методологический инструментарий выявления потенциальных возможностей усиления позитивного имиджа Краснодарского края и региональных органов власти.
- выявлены качественные характеристики и содержательные компоненты формирования имиджа власти местными средствами массовой информации и сформулированы особенности построения имиджа власти на основе развития инвестиционных кластеров, уникального природно-ресурсного и туристско-рекреационного потенциала;
- разработана когнитивная модель, эксплицирующая рационально-проектное наполнение объекта научного анализа и способная выступать в роли значимого вклада в теоретико-методологическую основу для формирования положительных образов пространства и территорий, имиджа региональной власти и его трансляции с использованием классических средств массовой информации и новых медиаканалов, в т. ч. в условиях кризисных вызовов;
- рассмотрены пиар-методы и технологии, формирующие имидж власти в региональных медиа, которые могут быть интерпретированы как вклад в теоретико-методологическое понимание процессов создания позитивных образов, их продвижения через традиционные СМИ и новые медиа;
- разработано теоретическое обоснование стратегии повышения эффективности деятельности средств массовой информации в формировании и продвижении позитивного образа региональной власти.

Практическая ценность работы обусловлена перспективой использования его данных для формирования позитивного имиджа администрации Краснодарского края в медиапространстве. Сформулированные в диссертации ключевые положения и предложения способны оказать содействие ответственным лицам в процессе оптимизации регионального нормативно-правового регулирования. Полученные данные и заключительные положения работы могут применяться при формировании междисциплинарных факультативных курсов и методических материалов по профильным дисциплинам, таким как теория и история журналистики, медиакommunikации, рекламное дело и связи с общественностью. Кроме того, результаты исследования окажутся ценными в процессе разработки и формирования образовательных курсов для подготовки будущих специалистов в сфере журналистики. Особенно это актуально при разработке курсов повышения

квалификации и переподготовки кадров для медиаиндустрии, а также для государственных служащих.

Достоверность и обоснованность результатов диссертационного исследования обеспечиваются четкостью методологических позиций, использованием комплекса современных теоретических методов, применяемых при медиаисследованиях, адекватных объекту, предмету, цели и задачам диссертации, природе изучаемого явления, а также репрезентативностью источниковой базы научной работы.

Теоретическую основу диссертации составили 185 научных работ (монографии, книги, статьи в научных журналах, политологические и философские труды, предметом которых являются теории медиакоммуникаций, рекламной деятельности, имиджелогии, медиатекстов и пиар-технологий) отечественных и зарубежных исследователей.

Личный вклад соискателя состоит

- в непосредственном участии на всех этапах исследования: от сбора материалов (подбора научной литературы и источников), определения эмпирической базы, постановки цели и задач исследования, формирования его теоретической базы и практической значимости, построения теоретико-методологической основы диссертации и формулировки выводов до отражения результатов в научных публикациях и докладах на международных научно-практических конференциях в качестве апробации;

- в проведении самостоятельного и всестороннего анализа существенного массива статей краевой периодики и региональных версий федеральных изданий, видеоматериалов в период с 2019 по 2023 годы, что позволяет считать результаты исследования в полной мере обоснованными;

- в соотнесении теории имиджа с символическим интеракционизмом и выделении особенностей имиджа именно власти;

- в отборе репрезентативных имиджевых и пиар-текстов и осмыслении их доказательной значимости с целью раскрытия концепции научного исследования;

- в обосновании результатов исследования, выработке рекомендаций и предложений по их адаптации как инновационных подходов для формирования имиджа власти в других субъектах Российской Федерации.

Диссертация Мруг Кристины Владимировны представляет собой самостоятельное, оригинальное, целостное и завершенное научное исследование, которое имеет теоретическую значимость, практическую ценность, отличается актуальностью и научной новизной, обладает достоверностью полученных результатов и вносит существенный вклад в развитие теории медиакоммуникации, журналистики, рекламной деятельности, имиджологии, медиатекстов и пиар-технологий.

Заключение диссертационного совета подготовлено членами экспертной комиссии Грабельниковым Александром Анатольевичем, доктором исторических наук, профессором, профессором кафедры массовых коммуникаций филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»; Гегеловой Натальей Сергеевной, доктором филологических наук, доцентом, профессором кафедры массовых коммуникаций филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», Кихней Любовью Геннадьевной, доктором филологических наук, профессором, профессором, заведующей кафедрой истории журналистики и литературы факультета журналистики ОЧУ ВО «Московский университет имени А.С. Грибоедова».

На заседании 23 мая 2025 года диссертационный совет принял решение присудить Мруг Кристине Владимировне ученую степень кандидата филологических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 9 человек, из них 4 докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 13 человек, входящих в состав совета, дополнительно введены на разовую защиту 0, проголосовали: за – 9, против – 0, недействительных бюллетеней – 0.

Председатель
диссертационного совета ПДС 0500.007
доктор филологический наук, профессор

Ученый секретарь
диссертационного совета ПДС 0500.007
кандидат филологических наук



Г. Н. Трофимова

Н. Е. Расторгуева

23 мая 2025 г.