

Отзыв

доктора философских наук, профессора, академика Национальной академии наук Беларуси Бабосова Евгения Михайловича на автореферат диссертации Епремян Татьяны Владимировны «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы», представленной в диссертационный совет ПДС 1000.002 на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. «Социология управления»

Тема диссертационного исследования Т. В. Епремян посвящена актуальной проблеме, которая имеет важное теоретическое и практическое значение для развивающегося информационного общества. Реклама в современном социуме приобретает всё большее значение для формирования ценностных ориентаций индивидов, особую роль при этом играет социальная реклама, миссия которой – повышение уровня нравственности, выработка положительных установок на здоровый образ жизни, на сочувственное отношение к людям, находящимся в трудной жизненной ситуации (в том числе к лицам с ограниченными возможностями здоровья) и тому подобное. Поэтому важным является обращение автора диссертации к тем технологиям, которые создают управленческий эффект в рекламном дискурсе.

Проблемное поле дискурса расширяется, захватывая всё большее пространство научного знания, поэтому правомерным и научно обоснованным является ведение данного понятия в область социологии управления. Особый интерес представляют управленческие технологии, применяемые в такой специфической сфере формирующегося информационного общества, как рекламная коммуникация. Соединение фундаментальной науки (социологии) и прикладного направления в маркетинговых коммуникациях (рекламы) очень интересно и плодотворно для дальнейшего исследования данного симбиоза. Особенно важно такое взаимодействие в области социальной рекламы, направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, поэтому значимым является диссертационное исследование, автореферат которого представлен на рецензирование.

Отмечу, что актуальность, предмет, объект, цели и задачи сформулированы четко и раскрывают тему диссертационного исследования в полной мере; положения, выносимые на защиту, являются глубоко проработанными и научно обоснованными; теоретическая основа диссертации представлена трудами по социальной рекламе, по дискурсу, по социологии управления, по социально-коммуникативным технологиям, что, как представляется, всесторонне и глубоко освещает сформировавшиеся к данному времени взгляды социологов, рекламистов, исследователей дискурсивных практик в различных областях научного знания на исследуемую диссертантом проблему. Благодаря осуществленному анализу литературы чётче проступает новизна рецензируемой диссертационной работы.

При обращении к теоретической главе исследования обращает на себя внимание основательное рассмотрение диссертантом проблем эффективности рекламного сообщения, тех дискурсивных практик, которые способствуют

созданию действенного месседжа социальной рекламы, а также убедительное обоснование применения управленческих технологий в дискурсе рекламы.

Во второй главе результаты двух социологических исследований представляются убедительными и дают основу для рекомендаций совершенствования дискурса социальной рекламы, что характеризует практическую направленность диссертационной работы Т. В. Епремян как применимую в различных областях жизнедеятельности социума.

Список публикаций автора внушительен для кандидатской диссертации, особенно обращает на себя внимание учебник, который соотносится с темой диссертации Т. В. Епремян.

Следует сделать замечание: по нашему мнению, используются манипулятивные технологии и в социальной рекламе (например, в так называемой «шоковой»), что отрицается автором диссертации в 4 пункте Положений, выносимых на защиту (с. 12).

Данное замечание не снижает в целом высокой оценки исследования.

Если судить по автореферату, то следует сказать, что диссертация «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы» является законченным, целостным, интересным, теоретически и практически значимым исследованием в области социологии управления и в сфере дискурса социальной рекламы, имеет несомненную новизну и соответствует требованиям, предъявляемым к диссертационным исследованиям на соискание ученой степени кандидата социологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного Ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор Епремян Татьяна Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления.

Рецензент:

Главный научный сотрудник
Института социологии
доктор философских наук,
профессор, академик
НАН Беларуси

Е.М. Бабосов



Бабосова Е. М.
РДЖАЮ
стар. сотрудник Института социологии
Сосновский Н. В.
ноябрь 20 24

Отзыв

доктора социологических наук, профессора Николая Семеновича Данакина на автореферат диссертации Епремян Татьяны Владимировны «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы», представленной в диссертационный совет ПДС 1000.002 на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления

Содержание автореферата, отражающее основные положения диссертации «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы», соответствует названию и научной специальности. В исследовании проанализированы управленческие технологии дискурса социальной рекламы, направленные на создание эффективного сообщения, воздействующего на акторов-получателей того или иного рекламного сообщения.

Актуальность поднимаемой в диссертационной работе проблемы не вызывает сомнений: в процессе становления информационного общества всё большую роль играет рекламный дискурс как одно из средств массовой коммуникации, призванной, в числе прочего, воздействовать на предпочтения акторов, тем самым выявляя управленческий аспект рекламного дискурса. Особую роль в достижении желаемого эффекта играют управленческие технологии, что и подчеркивается в рассматриваемом исследовании.

Изложение материала работы «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы» логично, обосновано. Наличествует новизна материала, заключающаяся в применении социальных технологий при рассмотрении управленческого потенциала дискурса социальной рекламы в коммуникативном пространстве современного мегаполиса; в осуществлении анализа управленческих технологий, с помощью которых создается эффективное рекламное сообщение, направленное на формирование нравственных ценностей у получателей рекламного сообщения; в предложении нового подхода к трактовке категории «дискурс социальной рекламы» с позиций социологии управления; в обосновании эффективности социальной рекламы и другие.

Автореферат отражает структуру кандидатской диссертации «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы», которая соответствует

требованиям к исследованиям подобного рода: Введение, 2 главы по 3 параграфа, Заключение, Список использованной литературы, Приложение.

Наличествует обширная научная литература как зарубежных, так и отечественных авторов, в которой освещены вопросы рекламного дискурса, дискурса социальной рекламы, коммуникативных технологий, управления, социологических параметров дискурса, социокультурных аспектов рекламы. Отмечу высокое качество проработанных научных источников, положенных в основу теоретико-методологической базы диссертации. Классификация источников проведена на высоком научном уровне и дает представление о владении навыками научного анализа автором рецензируемой работы.

Проанализировав текст автореферата, могу констатировать: цели и задачи диссертационной работы раскрыты и освещены в полной мере. В диссертационной работе существуют положения, раскрывающие механизмы и закономерности функционирования изучаемых социальных объектов, а также обоснованы технологии создания эффективного рекламного дискурса социальной рекламы. Степень обоснованности предложений и рекомендаций автора по результатам социологических исследований, проведенных Т.В. Епрмян, на высоком научном уровне.

С моей точки зрения, существует несомненная практическая возможность использования результатов исследования в создании эффективных меседжей социальной рекламы, в применении технологий рекламного дискурса в различных информационных сферах современного социума.

К недостаткам можно отнести подробное изложение материала иностранных источников по проблемам рекламного дискурса, что, впрочем, в целом не снижает высокого научного уровня работы.

Автореферат свидетельствует, что диссертация «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы» является законченным исследованием, имеющим высокую теоретическую и практическую значимость, содержащим новое решение научной задачи применения управленческих технологий в дискурсе социальной рекламы, и соответствует требованиям, предъявляемым к

диссертационным исследованиям на соискание ученой степени кандидата социологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного Ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор Епремян Татьяна Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления.

Отзыв подготовил Данакин Николай Семёнович - доктор социологических наук (22.00.08 – социология управления), профессор, профессор кафедры социологии и управления Белгородского государственного технологического университета имени В.Г. Шухова

(Н.С. Данакин)

«15» ноября 2024 года



Полное название организации: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный технологический университет имени В.Г. Шухова»

Адрес: 308012, г. Белгород, ул. Костюкова, 46

сайт: https://www.bstu.ru/about/overall_info/contacts

E-mail: synergy7@mail.ru

Телефон: 89192299392

Отзыв

кандидата философских наук Ждановой Светланы Петровны на автореферат диссертации Епремян Татьяны Владимировны «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы», представленной в диссертационный совет ПДС 1000.002 на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления

Актуальной является тема диссертации Т.В. Епремян «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы», ведь в современности большое развитие получили информационно-коммуникационные технологии, без которых сегодня невозможно представить развитие практически всех сфер социума. Социальная реклама, нацеленная не на коммерческую прибыль, а на благополучие индивида и общества, имеет большую социальную значимость, что и предопределяет изучение факторов (в данном случае управленческих технологий), способствующих эффективности воздействия дискурса социальной рекламы.

В автореферате во Введении убедительно обоснована актуальность исследования управленческих технологий в таком виде коммуникации, как социальная реклама, обозначены объект, предмет, цель и задачи, которые раскрываются и решаются в дальнейшем тексте автореферата. Также в первом разделе работы обозначены положения, выносимые на защиту, которые научны в достаточной степени, демонстрируют новизну проблематики диссертации и авторский вклад в разработку такого направления в области социологии управления, как управленческие технологии дискурса социальной рекламы.

Вызывает интерес введение автором в проблемное поле социологического знания понятия «дискурс», правомерность чего убедительно доказано в рецензируемом исследовании.

Материал, представленный в первой главе «Научно-теоретические параметры исследования дискурса социальной рекламы», посвящен рассмотрению таких вопросов, как сущность дискурса социальной рекламы, его особенности; характеристика процесса создания рекламного продукта социального назначения и специфика технологий управления в социальной рекламе. Это, как представляется, полно отражает круг теоретических проблем, соответствующих тематике диссертационного исследования.

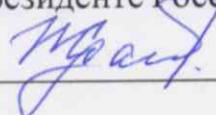
Вторая глава «Социальная реклама: особенности использования управленческих технологий» представляет собой, как видно из автореферата, анализ авторских социологических исследований, направленных, во-первых, на обоснование необходимости социальной рекламы для «изменения отношения реципиентов – получателей рекламных сообщений к такой социальной группе, как лица с ограниченными возможностями здоровья», а во-вторых, на анализ эффективности управленческого потенциала дискурса социальной рекламы. Это имеет явную практическую направленность и имеет большой потенциал для дальнейших исследований в области социологии управления и дискурсивных практик.

Интересным и значимым также представляется рассмотрение управленческой деятельности как «социальной коммуникации, которая не только формируется на основе собственно дискурса, но и подвержена влиянию внешних для нее социальных факторов».

Фундаментальным является список публикаций Т.В. Епремян, в котором наряду с другими, содержится 4 статьи, помещенные в журналы ВАК РФ, учебник и учебное пособие, что свидетельствует о серьезном опыте апробации основных положений диссертации.

Автореферат, отражая основные положения диссертации, по нашему мнению, свидетельствует о том, что диссертация «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы» является законченным, оригинальным, теоретически и практически значимым исследованием в сфере социологического знания, содержит новое решение научной задачи применения управленческих технологий в дискурсе социальной рекламы и соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата социологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного Ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор Епремян Татьяна Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления.

Жданова Светлана Петровна – кандидат философских наук (24.00.01 – Теория и история культуры), заместитель руководителя приёмной подкомиссии Института государственной службы и управления, начальник отдела развития образовательных программ Центра организации образовательной деятельности ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

 (С.П. Жданова)

«15» ноября 2024 года

Адрес: 119571, г. Москва, ул. Вернадского, 84

Телефон: +7 (499) 956-02-20

E-mail: zhdanova-sp@ranepa.ru

ЗАВЕРЯЮ

УЧЁНЫМ СЕКРЕТАРЬ

РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАРОДНОГО

ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ

СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РФ

К.К. БОН-АРЕН



Отзыв

кандидата социологических наук, доцента Коркия Эки Демуриевны на автореферат диссертации Епремян Татьяны Владимировны «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы», представленной в диссертационный совет ПДС 1000.002 на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления

Актуальным является обращение Татьяны Владимировны Епремян к анализу управленческих технологий в дискурсе социальной рекламы, так как в современном мире развитие информационного общества предъявляет особые требования к коммуникации, одной из разновидностей которой является социальная реклама, направленная - ни много ни мало - на формирование ценностей, на информирование людей о способах преодоления трудных жизненных ситуаций, на изменение поведенческой модели получателей рекламного сообщения. Поэтому очень важным является изучение тех приемов и методов, благодаря которым социальная реклама достигает своих задач.

В автореферате полно представлен весь научный аппарат диссертационного исследования, дающий в сжатом виде всестороннее и полноценное представление о фундаментальности работы Т.В. Епремян, а также о теоретической и практической значимости рецензируемого научного сочинения.

Обращает на себя внимание тщательная проработанность положений, выносимых на защиту, вызывает уважение отточенность и тщательная проработанность содержания пунктов новизны и основных результатов исследования, обоснование которых не вызывает сомнений.

Представляются теоретически обоснованными и практически значимыми как результаты авторских социологических исследований, так и выводы и рекомендации, направленные на повышение эффективности управленческих технологий, применяемых для создания рекламных сообщений социальной направленности. Очень важно, что первое из социологических исследований обосновывает важность создания эффективного дискурса социальной рекламы для решения социальных проблем общества (в данном случае изменения отношения к лицам с ограниченными возможностями здоровья, как одной из насущнейших проблем современности). Второе же социологическое исследование способствует пониманию того, как относятся акторы к дискурсу социальной рекламы, как оценивается эффективность управленческих технологий, применяемых в данном виде коммуникации, каковы последствия воздействия рекламного сообщения социальной направленности на «рекламополучателей». Выводы убедительны, рекомендации, как представляется, имеют несомненную возможность практической реализации.

Основываясь на анализе автореферата, констатируем, что диссертационное исследование Татьяны Владимировны Епремян

«Управленческие технологии дискурса социальной рекламы» является законченным, оригинальным исследованием в сфере социологии управления, содержащим новое решение задачи в области социологии управления (сфере управленческих технологий дискурса социальной рекламы). Необходимо отметить, что диссертация Т.В. Епремян соответствует требованиям, предъявляемым к диссертационным исследованиям на соискание ученой степени кандидата социологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного Ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор Епремян Татьяна Владимировна заслуживает, без сомнения, присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления.

Рецензент:

Коркия Эка Демурьевна – кандидат социологических наук (22.00.04 - Социальная структура, социальные институты и процессы), доцент, доцент кафедры социологии коммуникативных систем социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Адрес: 119234, г. Москва, Ленинские горы, МГУ, д. 1, стр. 33

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Контактный телефон: +7 (495) 939-46-98

Адрес электронной почты: soccomsys@mail.ru

E-mail: ekakorkiya@mail.ru

 (Э.Д. Коркия)

«8» ноября 2024 года

Подпись Э.Д. Коркия
Заведующий

Т.С. Шереметьева

