

Отзыв
официального оппонента
заведующего кафедрой социологии коммуникативных систем
социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова,
доктора социологических наук, профессора
Мамедова Агамали Кулам-Оглы
на диссертацию Епремян Татьяны Владимировны
«Управленческие технологии дискурса социальной рекламы»

Тема диссертационного исследования «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы» Епремян Т.В. представляется весьма актуальной, что предопределено стремительным развитием цифровизации и информатизации общества, возрастающей ролью рекламного дискурса в плане влияния на формирование ценностных ориентаций, социокультурных предпочтений людей любых возрастов и любого социального положения. Особую важность в свете вышесказанного приобретает исследование технологий, с помощью которых достигается управленческий эффект социальной рекламы, чья миссия – изменение поведенческой модели общества в сторону усиления гражданственности, формирования новых паттернов поведения, благотворительности и диалога между властью и обществом (последнее предельно значимо, поскольку именно государственные структуры в большинстве случаев являются заказчиками социальной рекламы, доказывая заинтересованность власти в решении социальных проблем и необходимость участия в этом решении граждан).

Диссертация обладает несомненными и весомыми научными достоинствами, к которым прежде всего относится научная глубина проработанности проблематики, целенаправленный отбор и систематизация исходных постулатов, сформулированных на основе анализа работ классиков социологического знания и смежных с ним гуманитарных наук. В работе определены сущность и особенности дискурса социальной рекламы, дана характеристика процесса создания

рекламного продукта социального назначения, выявлена специфика технологий управления в социальной рекламе, отмечена специфика реализации управленческих технологий в социальной рекламе и изучена эффективность управленческих технологий социальной рекламы методами социологического анализа.

Избранная логика исследования и комплекс решаемых задач предопределили оптимальную и адекватную структуру диссертации Т.В. Епремян и последовательность изложенного в работе материала. Вводная часть дает полное представление о сути проблемы, её границах, параметрах исследования, а также исходных теоретико-методологических постулатах. Можно отметить обоснованную аргументацию и не вызывающую сомнения актуальность исследования. В итоге серьезного многоаспектного анализа фундаментальных научных источников раскрыта степень разработанности проблемы и доказана необходимость дальнейшего исследования в выбранном автором направлении, которое может существенно дополнить и развить современное научное знание в сфере социологии управления в части применения управленческих технологий в таком виде социальной деятельности, как рекламный дискурс.

В диссертационном исследовании Т.В. Епремян опирается не только на методологию социологического знания, но и на коммуникативный подход, что придает применяемой автором методологической базе междисциплинарный характер. Отмеченная особенность является особенно значимой в теоретическом плане и перспективной для дальнейшего развития. В методологии, корректно используемой автором, присутствуют элементы системного, структурно-функционального и ситуационного анализа, ставшие уже классическими наряду с новейшими научными достижениями в области изучения информационно-управленческой роли коммуникации в социальных системах и в поисках резервов для повышения её эффективности. Следует отметить ещё одно

достоинство диссертации: формирование методологической основы анализа переходит на теоретико-прикладной уровень, характерный для специальных социологических теорий. Это свидетельствует о том, что теоретико-методологическое обеспечение целостно и создает научную основу прикладного анализа проблемы.

В диссертации полностью раскрывается предмет исследования – управленческие технологии, применяющиеся в дискурсе социальной рекламы. Заявленный предмет исследования подвергается глубокому научному анализу с применением социологических методов, в том числе обеспечивающих получение и интерпретацию эмпирических данных. Диссертация содержит обширный и актуальный материал, полученный с применением методов опроса и мониторинга в ходе эмпирических исследований, проведенных автором. Это также несомненное достоинство диссертации. Выбор темы и ее презентация в качестве диссертации свидетельствуют о серьезной научной подготовке автора. Методология работы соответствует уровню поставленных задач.

Практическая направленность второй главы диссертации подтверждает основные теоретические выкладки, доказывая адекватность и верифицируемость выдвинутой гипотезы, что делает диссертационное исследование логически завершенным и практически значимым. В заключение автор формулирует обоснованные, а – главное – вполне реализуемые на практике рекомендации, намечает векторы дальнейшего изучения и практической разработки проблемы, что обуславливает практическую значимость диссертации.

Следует констатировать, что автореферат и публикации автора (в том числе статьи в журналах из перечня ВАК, учебно-методическое пособие и учебник) в полной мере отражают структуру и содержание диссертационного исследования. Основные положения научно-квалификационной работы прошли апробацию на весьма значительном

количестве конференций различного уровня (в том числе международного и всероссийского).

В целом высоко оценивая диссертационное исследование, необходимо все же высказать ряд замечаний:

1. В первой главе в ряде случаев приведены обширные, не всегда соотнесенные с дальнейшим материалом теоретические фрагменты о разграничении рекламного дискурса и пропаганды, социальной и информационной рекламы, социальной и коммерческой рекламы. Следовало бы более строго подойти к систематизации сущности и особенностей дискурса социальной рекламы, особенно в контексте разграничения разных его видов (при построении своего рода классификации) (параграф 1.1).

2. Представляется, что автору следовало бы более тщательно подходить и к использованию терминологии, не относящейся в полной мере к области социологического научного знания (например, «словесные знаки» и «текстовые сообщения» на стр. 71; «речевое взаимодействие», «лексема» и «полисемия» на стр. 72 и т.п.). Подобные конструкции нуждаются в уточняющей социологической категоризации или, по крайней мере, в характеристике специфики их социологического использования.

3. Из поля зрения диссертанта выпал такой аспект рассмотрения дискурса социальной рекламы, как пресуппозиции адресатов, хотя в социальной рекламе (в отличие от коммерческой) наблюдается непредвзятость к восприятию социальной рекламы вследствие её выражено некоммерческого и аполитичного характера.

Тем не менее, высказанные замечания ни в коем разе не снижают общей высокой оценки научно-теоретического и практического значения диссертационного исследования Татьяны Владимировны Епремян как самостоятельной, творческой и завершённой научной работы.

В целом диссертация Т.В. Епремян «Управленческие технологии дискурса социальной рекламы» является законченной научно-квалификационной работой, в которой содержится решение научной задачи социологической оценки и обеспечения эффективного использования управленческих технологий, применяемых в создании дискурса социальной рекламы. Работа 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 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 её автор Епремян Татьяна Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.7. Социология управления.

Официальный оппонент:

Мамедов Агамали Кулам-Оглы – доктор социологических наук (22.00.08 – Социология управления), профессор, заведующий кафедрой социологии коммуникативных систем социологического факультета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» (119234, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 33);
+7 (495) 939-46-98; e-mail: soccomsys@mail.ru

«11» ноября 2024 года



(А.К. Мамедов)

Татьяна Епремян
Мамедов А.К.
Заведующий
10.11.2024
зам.
кафедры социологии
факультета МГУ

