

Отзыв

О магистерской диссертации Абдулиной Юлии Фаритовны «Оценка эффективности медиарилейшз»

Магистерская диссертация представляет собой завершённое научное исследование, посвящённое важной проблеме теории связей с общественностью - определению слагаемых эффективности работы компаний со средствами массовой информации.

Актуальность исследования. Сегодня многие, даже мелкие, фирмы и компании, откликаясь на вызовы времени и усложнение процессов общественной жизни, пользуются системой связей с общественностью. Внимание различных государственных, предпринимательских, общественных, политических структур к вопросам связей с общественностью объясняется тем, что хорошие отношения с окружающей общественностью, внешним миром всегда оказываются полезны и выгодны.

В наше время предоставление качественных услуг либо надёжных товаров уже не является конкурентным преимуществом. Выбор потребителя падает на ту компанию, которая вызывает большее доверие - имеет устойчивый корпоративный бренд, позитивный имидж и хорошую деловую репутацию. PR становится не только мощным инструментом для решения главных задач бизнеса - получения прибыли, завоевания лидерства, оказания влияния, но и средством гармонизации общества.

Трудно представить себе деятельность эффективного предприятия или организации, которая обходится без информационного сопровождения. Основные и необходимые технологии оптимизации коммуникационной среды компании повседневно отрабатываются с участием СМИ. Результатом эффективной работы со средствами массовой информации становится высокая репутация организации, благоприятный медийный образ, позитивное общественное мнение о субъекте, оптимальная информационная среда субъекта, позволяющая продвигать товар или услугу.

Важнейшее направление в деятельности PR-структур - это комплексная деятельность по **выстраиванию отношений со СМИ (медиарилейшз)**, которое заключается в эффективном управлении внутренней и внешней информацией, установлении дружеских контактов со всеми общественными структурами через институт массмедиа. Технологии медиарилейшз представляют собой искусство взаимодействия бизнеса, политиков, государственных и общественных организаций, с одной стороны, и представителей СМИ - с другой.

Медиарилейшнз рассматривается во многих исследованиях как управление информацией система регулярного информирования общественности через СМИ. Считается даже, что 80% всей работы в PR-структурах приходится на взаимодействие с журналистами и подготовку публикации.

В структуре медиарилейшнз автор взяла сложный момент измерения эффективности, при том, что многие даже опытные PR-специалисты глубоко убеждены, что точно измерить эффективность невозможно.

Заслуга автора магистерской диссертации в том, что она грамотно выбрала экспертов, представителей как федеральных, региональных, так и местных компаний, профессионально провела с ними глубинные интервью, о чем свидетельствуют Приложения к работе. В результате интервью вскрылись и побочные эффекты – сами интервьюируемые недооценивают необходимости качественной оценки работы со СМИ, полагаясь на испытанные классические приемы и способы, и не владеют новейшими методиками.

В работе последовательно реализуются **задачи**: выявить специфику медиарилейшнз, генезис и перспективы развития отношений современных компаний и массмедиа; провести сравнительный анализ методов оценки эффективности (как в исторической ретроспективе, так и с учетом новейших возможностей количественно и качественного выражения оценки эффективности).

В качестве задачи Юлия Фаритовна указывает и такую: «провести серию глубинных интервью с PR-специалистами ряда компаний». Наверное, не следовало это относить к разряду задач, так как обозначенное – скорее всего, операционная, технологическая часть работы, позволяющая решить какие-то конкретные задачи, например, сравнить шкалы оценок в разномасштабных и разнопрофильных компаниях, определить их подходы к оценке эффективности, выявить наиболее оптимальные для конкретных компаний.

Объект работы сформулирован некорректно – «основные направления медиарилейшнз». Нужно было указать – пресс-службы или PR-службы, занимающиеся медиарилейшнз, возможно, указать какие именно. Основные направления медиарилейшнз – это относится, скорее всего, к предмету исследования.

Положения, вынесенные на защиту, выглядят как рекомендации (необходимо вести мониторинг СМИ, оценить опубликованные материалы и т. д.), а не гипотезы.

Наиболее значимая часть исследования - это анализ авторских методик оценки эффективности медиарилейшнз.

Структура работы стройная. *Методологическая часть* позволяет выяснить базовые позиции, с которых рассматриваются процессы управления информацией в компаниях, концептуальные идеи, положенные в основу формирования принципов работы со СМИ.

Технологическая часть работы представляет собой обзор достижений и недостатков в работе PR-служб в режиме медиарилейшнз, подходы к решению проблемы оптимизации отношений компаний со СМИ. Приводятся мнения мировых PR-специалистов на ту проблему. Подробно излагаются методики измерения эффективности (Чумикова А.Н., Алешиной И. В., Тульчинского Г. Л.)

Эмпирическая часть представляет собой анализ оценки эффективности медиарилейшнз на основе проведенных экспертных интервью и изучении опыта успешных мировых кампаний.

Методы исследования, их совокупность обеспечивают обоснованность выводов и надежность полученных данных.

Научный аппарат внушающий. Многие обозначенные в библиографии источники активизированы в тексте. Это говорит об эрудиции и начитанности автора магистерской диссертации.

На с. 48-57 отсутствуют сноски – не понятно, откуда у автора сведения. В частности, касающиеся таких компаний, как Кока-кола, General Mills и т. д. Это снижает впечатление от в целом серьезной работы.

При удачной публичной защите и диссертация Абдулиной Юлии Фаритовны «Оценка эффективности медиарилейшнз, представленная на соискание степени магистра журналистики по направлению «Связи с общественностью» может быть оценена положительно.

Профессор кафедры периодической печати,

доктор политических наук



С. Мельник