

ОТЗЫВ

о магистерской диссертации Елены Владимировны Кравец «Имидж российского бизнеса в немецкой и итальянской периодической печати: сравнительный анализ»

Е. В. Кравец, автор диссертационного сочинения «Имидж российского бизнеса в немецкой и итальянской периодической печати: сравнительный анализ», видит актуальность своего исследования в том, что оно связано с несколькими аспектами. Во-первых, Италия, Германия и Россия являются друг для друга стратегически важными партнерами, однако восприятие трех разных наций до сих пор опирается на стереотипы и предрассудки, распространяемые СМИ. И, таким образом, выявление наиболее ярких клише позволит изменить подачу информации, избегая, как утверждает Е. В. Кравец, «имиджевых заноз». Во-вторых, имидж бизнеса является одним из компонентов имиджа государства в целом. Следовательно, анализ СМИ позволит зафиксировать степень влияния экономических и политических событий на имидж бизнеса и государства. В-третьих, территориальная близость Италии и Германии, а также схожесть их государственного устройства и принадлежность к Европейскому союзу позволят провести сравнительный анализ имиджа российского бизнеса в этих странах наиболее репрезентативно. И, наконец, в-четвертых, выявление устойчивых стереотипов в Германии и Италии относительно России даст возможность в какой-то степени определить подобные клише в видении России и другими государствами. Понимание недостатков, как утверждает автор диссертации, определит в дальнейшем направление успешной информационной политики.

Данные утверждения не лишены основания, и, действительно, имеются веские причины для того, чтобы говорить об актуальности и важности предпринятого Е. В. Кравец исследования. Оригинальность диссертационного сочинения проявляется, прежде всего, в том, что автор ставит целью рассмотрение проблемы через призму текстового анализа, а именно контент-анализа, что придает результатам особую убедительность. Можно предполагать, что за полученными исследователем данными стоит большая и кропотливая работа. Автор диссертационного сочинения внимательно и, можно даже сказать, скрупулезно фиксирует количество упоминаний в соответствующих немецких и итальянских газетах и на основании этого делает определенные выводы. В принципе, объективность подобного метода должна быть высока.

Е. В. Кравец демонстрирует достаточно глубокие познания в сфере политологии и теории журналистики, затрагивает важнейшие стороны современной издательской практики, что дает возможность говорить о большой актуальности и своевременности

предпринятого исследования. Оно содержит, вне всякого сомнения, много нового, впервые, по сути, специально рассмотрены в сравнительном аспекте подходы немецких и итальянских массмедиа к освещению вопросов российского бизнеса. Материал диссертации, как можно предположить с полным на то основанием, будет способствовать более полному пониманию ряда существенных теоретических и практических задач.

У работы есть, впрочем, и некоторые недочеты. Так, «известные российские авторы», как их представляет Е. В. Кравец, приводятся в тексте не по алфавиту, некоторые почему-то без второго инициала (стр. 5). В качестве объекта исследования декларируется имидж, а стоило, может быть, вести речь о газетных публикациях, формирующих имидж (стр. 8). У автора диссертации, похоже, нет четкого представления об основах типологии массмедиа. Так, немецкую газету «Вельт» она характеризует как «информационную» и тут же говорит о том, что данное издание «публикует много аналитических материалов», а это, к слову сказать, делает его определенно аналитическим. Не совсем точно приводятся названия иностранных газет в русской транскрипции (см., напр., на стр. 63, 64). В приложении (стр. 115) явный приоритет отдается немецкой деловой газете «Хандельсблат». Никто не умаляет достоинств этого солидного издания, но оно очень сильно уступает «Франкфуртер альгемайне цайтунг», являющейся одной из мировых лидеров качественной прессы. Есть и другие недочеты, тем не менее, они не могут нивелировать достоинства исследования.

Основные выводы и положения, выносимые на защиту, не вызывают возражения, поскольку они вполне адекватны и в должной мере обоснованы. Исследование Елены Владимировны Кравец может быть оценено положительно.

Б. Я. Мисонжников
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой
периодической печати факультета
журналистики СПбГУ



23 мая 2011 г.