

Рецензия
на магистерскую диссертацию
студентки Кафедры связей с общественностью
в политике и государственном управлении,
Профиль магистратуры - «GR.
Government relations. Связи с органами государственной власти»
Глущенко Алены Олеговны
«Эффективность GR-коммуникаций в социальных медиа»

Выбранная Аленой Олеговной тема магистерской диссертации является актуальной и важной для теории и практики связей с общественностью. Актуальность обусловлена отсутствием фундаментальных исследований по теме работы, потребностью в наличии операциональных определений и практически применимой методики оценки эффективности GR-коммуникаций в онлайн и оффлайн средах.

Цель диссертации - разработать методику оценки эффективности GR-коммуникации, реализуемой на площадках социальных медиа - можно считать достигнутой. Для ее достижения автор последовательно рассматривает на страницах своей работы дефиниции понятий «Government Relations», «социальные медиа» и «электронный GR». Предлагает синтезированные рабочие дефиниции для данных понятий; анализирует существующие методики оценки эффективности GR-коммуникации, а также методики оценки эффективности коммуникации в социальных медиа. На основе полученных выводов Алена Олеговна предлагает собственную методику оценки эффективности GR-коммуникации в социальных медиа. После этого автор апробирует свою методику.

Стоит отметить логичную и последовательную структуру магистерской диссертации, которая полностью отвечает задачам работы. Во введении обоснована актуальность выбранной темы исследования, сформулированы объект, предмет, цель и задачи работы, содержится описание теоретической базы исследования, эмпирической базы исследования, которую составили экспертные интервью специалистов по связям с органами государственной

власти, материалы законодательных актов федерального и муниципального уровня, отчеты о ходе проведения общественных обсуждений законопроектов в сети Интернет.

Методика, предложенная автором, выглядит достаточно обоснованной, обладает очевидной теоретической значимостью и может быть применена на практике, хотя и с определенными оговорками.

Формально недостатком методики можно было бы считать тот факт, что она не является универсальной. Возможно, автору стоит продолжить дальнейшую аналитическую работу и попытаться придать ей более универсальный характер, либо предложить дополнительные критерии, помогающие адаптировать ее под потребности различных представителей бизнеса и общественных организаций.

Тем не менее, методика заслуживает внимания как теоретиков, так и практиков и прошла первичную апробацию автором работы.

Методика была представлена автором на круглом столе «Региональные особенности GR в России» в рамках конференции «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике», и была обсуждена экспертами и практиками в области Government Relations.

Помимо этого, к достоинствам работы стоит отнести материалы, полученные автором в ходе интервью с практикующими специалистами, экспертами отрасли, и представляющие немалый интерес для исследователей и теоретиков GR.

Теперь о недостатках.

Как указано выше, Глущенко Алена Олеговна предлагает свои рабочие дефиниции для ключевых понятий диссертационного исследования. Выводя синтезированное определение GR, автор опирается на исследования и разработки уважаемых российских и зарубежных теоретиков, анализирует их и выявляет недостатки. В частности, указывается на узкий характер некоторых дефиниций, которые приравнивают понятие GR к лоббизму. К тому же, на странице 15, автор приводит и анализирует определение,

преимуществом которого указывает то, что оно встраивает понятие лоббизм в понятие GR. Подобного подхода придерживаются в своих работах Л. В. Сморгун, П. А. Толстых и другие уважаемые исследователи. Кроме того, на странице 56 автор, ссылаясь на работу П. Толстых, приводит развернутые цели GR-специалиста.

Непонятным остается, почему, учитывая все вышесказанные положения, в своем рабочем определении автор вновь по сути сводит GR к лоббизму:

«GR — это часть PR-деятельности, инициированная коммерческими и некоммерческими организациями, группами давления и другими социальными субъектами с целью повлиять в свою пользу на процессы принятия политических и административных решений органами власти» (стр. 17).

Цели и задачи GR шире, чем указано в определении. Как пишет П.А. Толстых, на работу которого многократно ссылается А. О. Глущенко, «для GR-специалиста цель - это выстроить комфортную, предсказуемую систему отношений с профильными для компании политическими стейкхолдерами». Как пишет далее в своей работе Алена Олеговна, «анализируя функции GR-менеджера, сформулированные в профессиональном словаре лоббистской деятельности под редакцией П. Толстых, мы можем сделать вывод, что цель GR-специалиста - выстраивание отношений с органами государственной власти, мониторинг законодательных инициатив, отслеживание повестки дня ЛПР, информирование общественности и чиновников разного уровня (федеральных, региональных и муниципальных) о деятельности компании» (стр. 56).

Кроме того, к целям GR мы можем отнести: получение информации о планах государственной власти различного уровня с целью корректировки бизнес-решений; подготовку и распространение информации о позициях базисного субъекта. Косвенные цели, например, придание статуса

проекту\объекту за счет внимания статусных представителей власти и другие.

В целом же, несмотря на указанные замечания, магистерская диссертация Глущенко Алены Олеговны соответствует требованиям, предъявляемым к подобного рода работам, является интересным, самостоятельным исследованием, обладающим теоретической и практической значимостью и заслуживает высокой положительной оценки.

Рецензент, к.п.н.,

старший преподаватель кафедры

связей с общественностью в бизнесе СПбГУ



Ю. В. Таранова