

**Отзыв рецензента  
на магистерскую диссертацию  
«Стратегии GR-кампаний в нефтедобывающих корпорациях России»  
магистранта VI курса Фатеева Дениса Валерьевича  
(по профилю «GR (government relation) связи с органами государственной  
власти» направления 031600 Реклама и связи с общественностью)**

В представленной магистерской диссертации Д.В. Фатеев исследует сегодняшнее состояние дел в сфере GR на примере одной из ключевых отраслей российской экономики. Особый интерес в работе вызывает достаточно новый ракурс рассмотрения этой сферы связей с органами государственной власти - комплекс мероприятий, объединяемых понятием GR - кампания. Инновационные подходы в деятельности компаний, особенно в нефтегазовой отрасли, становятся следствием не только бурного развития социально-коммуникативных наук, но и отражают высокий уровень конкуренции в данном сегменте экономики.

Начинает свое исследование автор в первой главе с теоретического взгляда на базовые характеристики, которые определяют составные части понятий PR-компания, GR, лоббизм, демонстрируя широкий спектр владения теоретическими источниками, посвященными объекту рассмотрения данной диссертации.

Несомненно, вызывает интерес представленный на стр. 9 - 16 обзор всех типов субъектов лоббизма, а также сравнение двух точек зрения по этому вопросу, где представлено мнение некоторых теоретиков, которые наделяют и самих представителей органов власти функциями лоббистов (конечно, для представленной работы было бы выигрышнее, если бы автор не только познакомил нас с этими рассуждениями, но и как исследователь взвешенно высказался в пользу той или иной позиции).

Далее автор подробно раскрывает этапы GR-кампании, широко иллюстрируя свои тезисы теоретическими аспектами вопроса, активно ссылаясь на мнение авторитетного эксперта представителя «Газпром нефти» В.В. Кудрявцева.

Во второй главе наряду с историческим обзором лоббистской деятельности в России, автор исследования дает краткую характеристику крупнейших российских нефтяных компаний, акцентируя наше внимание на подразделениях и руководителях, имеющих непосредственное отношение к предмету исследования данной работы. Безусловно, ценность этого раздела заключается и в том фактическом материале, который здесь очень четко очерчивает параметры взаимодействия двух монополий «Роснефти» и «Газпрома» в борьбе за расширение лицензионных пакетов на освоение месторождений, в частности, шельфовых.

Вместе с тем, положительное впечатление от работы, все-таки, не исключает возможности предпринять определенные шаги к улучшению, о чем стоит также упомянуть в данной рецензии.

1. Сомнительным на взгляд рецензента является тезис автора о возможности реализации серьезных GR-кампаний силами GR-агентств (стр. 20-21). Даже, когда мы имеем ввиду просто PR-кампании, определенные сложности могут возникать даже скорее не только с налаживаем взаимопонимания между заказчиком и исполнителем, а скорее с регламентом работы с той коммерческой информации-

ей, которая в процессе PR-кампании становится доступной, практически, посторонним людям. Что говорить о работе в сфере GR, где все вопросы только такого свойства. Именно из-за этого и возникает институт лоббистов, работающих в тени и являющихся очень персонифицированным компонентом данной сферы деятельности, а GR-специалисты, ведущие это направление, являются исключительно сотрудниками компании.

Видимо, такая практика, все-таки, каким-то образом существует, но тогда хотелось бы, чтобы с учетом названных обстоятельств, автор полнее осветил специфику структуры этой работы. Познакомившись с выставленными в сети предложениями GR-услуг подобных агентств, можно убедиться, что по сути, они все, все-таки, могут быть отнесены к инструментарию общего PR.

И в этом смысле, на взгляд рецензента, можно было бы шире раскрыть механизм взаимодействия инструментов реализации GR-кампаний с теми задачами, которые решаются в PR-подразделениях. Например, если мы возьмем такой реальный инструмент PR-кампаний, как благотворительность, то это может быть отнесено к одному из ключевых инструментов успешных GR-кампаний.

2. Конечно, несколько недостаточным, по мнению рецензента, получилось присутствие автора в целом во второй главе, и, в частности, во втором параграфе. Во всем этом материале, который, конечно, имеет непосредственное отношение к предмету исследования, хотелось бы больше увидеть исследователя, его резюме и комментарии, связанные именно с реализацией GR-кампаний, чтобы избежать описательности именно во второй части работы.

3. Хотелось бы большей точности от автора. Например, на стр. 54, ссылаясь на мнение эксперта, автор перечисляет виды специальных мероприятий, которые могут составлять GR-кампанию. В их числе представитель ОАО «НК «Роснефть» упоминает открытие производственных объектов на месторождениях. «Чиновники с большой радостью посещают такие мероприятия». И всё. Нужно бы понять, с чего возникает эта радость? Едут развеяться, увидеть что-то интересное? Конечно, нет. Не стоит забывать и о том, что посещение такого типа объектов это всегда очень сложный организационно процесс, потому что месторождение находится не на соседней улице от Администрации. Добираться приходится часами, чартерными вертолетными и авиарейсами. Вы понимаете, что значит выкроить столько времени у главы региона. Одной радостью тут не обходится.

Наверное, стоило бы сказать здесь о том, что посещение объектов крупнейших хозяйственников региона, крупнейших налогоплательщиков, особенно в сфере природопользования, деятельность которых порой находится в поле зрения первых лиц государства, посещение таких объектов является частью рабочих планов руководителей властных структур, а может быть и конкретными поручениями, о которых всегда есть возможность отчитаться на непосредственных встречах в кабинетах Кремля или Белого дома.

Еще к вопросу о точности. Называть Роснефть корпорацией абсолютно не корректно. Это государственное предприятие или ОАО «НК «Роснефть», где НК расшифровывается как нефтяная компания.

4. И еще несколько замечаний формального свойства. Станным показалось рецензенту название первой главы. Там, конечно, рассматриваются теоретические вопросы объекта исследования, но в названии все равно должно быть

сформулировано выражение какой-то точки отсчета, вокруг которой исследователь рассматривает вопросы. Глава называется «Теоретико-методологическая» структура работы - более 50 стр. в первой главе, во второй - как раз в два раза меньше. Такой дисбаланс объемов несколько осложняет восприятие работы. Наверное, на взгляд рецензента, было бы эффективно в первой главе найти две опорные точки, тогда и в работе могло бы появиться 3 равновесных главы. Не исключено, что это помогло бы укрепить в объеме материал, который сейчас представлен в первом параграфе Главы 1 (теория GR и лоббизма), и частично, все-таки, лаконичнее представить этапы GR-кампании, изложенные во остальных параграфах. Например, компактнее изложить дорожное картирование, которое, возможно, можно отнести к второстепенным аспектам.

Вместе с тем высказанные замечания не сказываются на общем высоком уровне представленной магистерской диссертации Д.В. Фатеева и позволяют рекомендовать государственной аттестационной комиссии оценить ее положительно.

Кандидат филолог, наук

15.05.14.



В.П. Летуновский