

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Фаюстова Алексея Владимировича
«Создание и развитие бренда федерального университета в условиях медиатизации науки
и образования: на примере Уральского федерального университета»,
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по
специальности 10.01.10 – Журналистика

Диссертация А.В. Фаюстова посвящена актуальной, остродискуссионной проблеме, которая на протяжении нескольких лет вызывает интерес ученых, – функционирования университета в условиях изменчивой, неустойчивой медиасреды, взаимообусловленности научно-образовательных траекторий и форм, масштабов медиаприсутствия при сохранении или формировании уникальности научно-образовательных программ, компетенций. С этим связана проблема необходимости гармоничного (при всей его разнонаправленности) движения федеральных университетов в будущее: сохранения и приумножения уникального научного наследия на фоне смены привычных парадигм существования и внедрения инновационных технологий. Этому способствует и одновременно противостоит тенденция медиатизации – неоднозначное явление, способное как стать стартовым толчком для узнаваемости вуза и его развития, перевооружения, кардинального обновления, так и спровоцировать разрушения сформировавшейся уникальной среды.

Диссертант справедливо отмечает, что «медиа все больше определяют <...> общественное мнение о научной и образовательной деятельности, <...> влияют на государственную политику в области развития науки и образования, на распределение финансирования, привлечение абитуриентов и спонсоров. В свою очередь научно-образовательное сообщество испытывает все более сильное давление со стороны широкой публики и государственных органов, требующих от него большей открытости и прозрачности, то есть готовности коммуницировать со СМИ по множеству самых разнообразных поводов» (с. 3). При этом готовность коммуницировать со СМИ предопределяет также возможность вмешательства СМИ и общественности в жизнь научно-образовательного сообщества, прямо или косвенно, а значит, предопределяет изменение инструментов продвижения университетов и их роли, влияния на формирование и продолжение научно-образовательных траекторий. В этой связи представляется особо перспективным рассмотрение А.В. Фаюстовым специфики создания и развития бренда федерального университета в условиях медиатизации науки и образования.

В автореферате прослеживается важная мысль о том, что университет (посредством медиаслужбы) задает направления и тенденции развития региона, формирует его имиджевую структуру, поднимает аксиологические и практические проблемы. Однако влияние медиатизации обуславливает не только положительные аспекты развития бренда. Диссертант неоднократно указывал на «стереотипизацию высшего образования» (с. 12) в медийной логике, с чем мы, безусловно, согласны. Тем не менее возникает вопрос, как это влияет на создание и развитие бренда федерального университета (в частности, Уральского федерального университета)? Этот момент в автореферате не освещен.

Впечатляют масштабы эмпирической базы исследования. Структура диссертации логична, композиционное решение оптимально. Особого внимания заслуживает практическая часть исследования.

Работа характеризуется высокой теоретической и практической значимостью. Результаты могут быть учтены как при преподавании вузовских курсов, связанных с бренд-коммуникациями, так и в работе сотрудников медиаслужб вузов.

При всей логичности и верности выводов хотелось бы уточнить некоторые моменты:

1. Выбор теории медиатизации в качестве основы исследования видится дискуссионным. Данная теория до настоящего времени не получила всеобщего признания, ее реальная различающая способность сомнительна. По большому счету, она обозначает очевидные закономерности. Выделенные же А.В. Фаюстовым проблемы были озвучены в самых разнообразных теориях и концепциях (теории информационного общества и другие). В этой связи закономерен вопрос о причинах выбора теории медиатизации.
2. В чем заключается специфика создания и развития бренда, его содержательного наполнения касательно именно федеральных университетов, по сравнению с другими видами высших учебных заведений? И возможно ли выделить такую специфику, если «каждый вуз должен разрабатывать <...> инструмент» информационной открытости (с. 15) под себя?

Автореферат диссертации А.В. Фаюстова соответствует всем необходимым требованиям. Выводы, представленные на его страницах, говорят о содержательной работе, которая была проведена автором диссертации.

Диссертационная работа на тему «Создание и развитие бренда федерального университета в условиях медиатизации науки и образования: на примере Уральского федерального университета», представленная на соискание ученой степени кандидата филологических наук, соответствует требованиям пп. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней» (утверждено постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842). Фаюстов Алексей Владимирович заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика (филологические науки).

Гурова Елена Павловна,
кандидат филологических наук
(10.01.01 – русская литература),
старший преподаватель кафедры
журналистики и массовых коммуникаций
ФГАОУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет».

Почтовый адрес организации:
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15.
Тел. +7(342) 239-66-21.
e-mail: eg555a@yandex.ru

18.08.2021

