

## **ВІДГУК**

офіційного опонента

Бакірова Віля Савбановича

на дисертаційну роботу Розової Олени Володимирівни

«Пресслужба університету як інструмент позиціонування закладу вищої освіти в інформаційному просторі»

подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії

за спеціальністю 054 – Соціологія

### **Актуальність теми**

Актуальність дослідження визначається глибокою трансформацією соціокультурних контекстів функціонування вищої освіти, виникненням принципово нових вимог до діяльності закладів вищої освіти в умовах інформаційного суспільства. Вони знаходять себе в новій соціальній якості, в нових стосунках з оточуючим соціальним середовищем. Заклади вищої освіти в ХХІ столітті стають активними акторами практично на всіх майданчиках соціального життя, змагаються за фінансові, матеріальні, кадрові, символічні, репутаційні та інші ресурси. Це змушує їх звертати ретельну увагу до проблем власного позиціонування в інформаційному просторі, до опанування різноманітними інструментами та технологіями зовнішньої та внутрішньої комунікації. Ситуація реальної конкурентної боротьби між університетами за абітурієнтів, за увагу бізнесу і роботодавців, фінансування наукових досліджень, державну підтримку тощо зобов'язує сучасні заклади вищої освіти активно розвивати комунікативні практики, виходити в інформаційний простір з метою максимально ефективного представлення своїх можливостей, особливостей, переваг, перспектив. Для того, щоби успішно діяти і розвиватися в сучасних умовах університети мають навчитися просувати себе в інформаційному просторі за допомогою свого інформаційного капіталу, який забезпечує формування його іміджу та репутації.

Але активна практична діяльність в цьому напрямку поки що не отримала належного наукового супроводження, дослідження форм і засобів позиціонування ЗВО саме як освітньо-наукових установ, життєдіяльність, проблеми і завдання яких суттєво відрізняються від політичних, бізнесових, комерційних та інших структур. Простий механістичний перенос комунікативних технологій, апробованих в інших сегментах суспільного життя до царини вищої освіти не є результативним. Тому виникла необхідність спеціальних наукових досліджень, можливостей, проблем завдань комунікативної активності закладів вищої освіти, зокрема ролі і функцій їх спеціалізованих підрозділів, перш за все таких як пресслужби. Без узагальнення і наукового аналізу вже накопиченого досвіду, вивчення найбільш поширених комунікативних проблем і засобів їх розв'язання закладам вищої освіти важко вибудовувати і втілювати у життя стратегії успішного розвитку, створювати ефективні системи управління, реагувати на нові виклики. Дисертаційне дослідження О. В. Розової спрямоване на вирішення складних наукових завдань, пов'язаних з організацією роботи сучасних університетських пресслужб, з розробкою і використанням відповідних соціально-комунікативних технологій. Дисертація присвячена проблемі, яка має не лише серйозне науково-теоретичне, але й велике практичне значення - соціологічній концептуалізації діяльності пресслужби сучасного закладу вищої освіти, з'ясуванню особливостей її функціонування як необхідного інструменту позиціонування ЗВО в інформаційному просторі. За темою, постановкою проблеми, основними завданнями дисертація, безумовно, є актуальною науковою роботою в галузі соціології вищої освіти і соціальних комунікацій.

Дисертаційне дослідження виконане в рамках державної бюджетної теми «Соціологічний супровід моніторингу якості освіти в сучасному університеті» (ДР № 0121U113440, 2021-2023 рр.). кафедри соціології і публічного управління Навчально-наукового інституту соціально-гуманітарних технологій НТУ «ХП».

### **Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих в дисертаційній роботі.**

Положення та висновки, наведені в дисертаційній роботі О.В. Розової в достатній мірі обґрунтовані. Методологічна база роботи складається із сукупності загальнонаукових, спеціальних, міждисциплінарних методів дослідження: аналізу та синтезу (для узагальнення теоретико-методологічних підходів до соціологічного вивчення соціального та інформаційного просторів), історичного аналізу (для дослідження історичного розвитку пресслужби), компаративного аналізу (для узагальнення наукових концепцій до визначення сутності та особливостей пресслужби), системного аналізу (для виявлення структури та функцій пресслужби ЗВО), узагальнення та порівняння (при визначенні каталізаторів (сприятливих чинників) та бар'єрів вдосконалення діяльності пресслужби ЗВО).

Авторка окрім теоретико-методологічного аналізу проблеми вдалася до проведення емпіричних досліджень: аналізу документів для вивчення ступеня регламентації та легітимації пресслужби університету; контент-аналізу веб-сайтів ЗВО для визначення наявності інформації про діяльність пресслужб університету та позицій ЗВО у соціальному інформаційному просторі; експертного опитування керівників пресслужб та Центрів комунікацій провідних університетів України; глибинних інтерв'ю із представниками ЗМІ, що посилює обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих в дисертаційній роботі.

### **Достовірність результатів досліджень.**

Достовірність результатів дослідження підтверджується практичними результатами організації багатолітньої роботи пресслужби провідного технічного університету України, даними емпіричних досліджень, виконаних авторкою дисертації.

Результати дисертаційної роботи знайшли застосування у збагаченні навчального процесу під час викладання курсів «Загальна соціологія», «Соціологія реклами» та «Соціологія управління» для вітчизняних і іноземних студентів на кафедрі соціології і публічного управління Навчально-наукового інституту соціально-гуманітарних технологій НТУ «ХП».

**До основних нових наукових результатів дисертації слід віднести наступне:**

- вперше проведений аналіз пресслужби університету як інструменту його позиціонування в інформаційному просторі, здійснений соціологічний аналіз її функцій, сучасних вимог до її успішної діяльності, визначені проблеми і перспективи подальшого розвитку і вдосконалення пресслужби університету;
- запропоновано оригінальний підхід до вивчення соціального простору крізь концепцію капіталу П.Бурдье, сформульована авторська інтерпретація інформаційного простору як складової частини соціального простору;
- вперше обґрунтовано роль пресслужби університету як ресурсу накопичення інформаційного капіталу університету, визначена роль інформаційного капіталу для розвитку та позиціонування організації;
- удосконалений аналіз головних технологій та інструментів роботи пресслужби завдяки яким здійснюється позиціонування університету в інформаційному просторі.

**Значимість отриманих результатів для науки і практичного використання.**

Отримані результати знайдуть застосування в подальших теоретичних і емпіричних дослідженнях стану та розвитку пресслужби університету як інструменту позиціонування ЗВО, а також трансформаційних процесів у галузі PR-комунікацій сучасного університету. Впровадження науково-практичної моделі розробленого функціонального інструментарію пресслужби дозволить вдосконалювати реальну комунікативну активність закладів вищої освіти в умовах подальшої інформатизації та цифровізації суспільства.

**Повнота викладення результатів досліджень в опублікованих працях.**

Результати досліджень опубліковані у 9-ти наукових роботах, серед яких: 2 статті у наукових фахових виданнях України, 1 стаття у закордонному періодичному фаховому виданні, яка входить до міжнародної наукометричної бази Web of Science, 5 тезу матеріалах міжнародних конференцій, 1 публікація, яка додатково відображає наукові результати дисертації.

Участь здобувача у роботах, що опубліковані у співавторстві зазначена у

дисертаційній роботі.

Опубліковані матеріали повністю відображають зміст дисертації та відповідають вимогам пункту 8 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого Постановою КМУ від 12.01.2022 р. №44.

### **Оцінка змісту дисертаційної роботи**

Дисертаційна робота Розової О.В. складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, 4 додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації, пов'язаної з необхідністю позиціонування для сучасних університетів, які знаходяться в конкурентному середовищі; показана її наукова і практична цінність, сформульовані мета і задачі дослідження, які необхідно вирішити для її досягнення, описано зв'язок дисертації з науковими планами та темами, приведена апробація дисертаційної роботи і публікації.

В першому розділі авторкою узагальнено сутність соціального простору з точки зору об'єктивістської та суб'єктивістської парадигм, проведено аналіз існуючих теоретико-методологічних підходів до тлумачення змісту феномену інформаційного суспільства, сформульовано власне авторське визначення інформаційного простору, його ключові функції. Безумовно важливим і значущим науковим результатом є тлумачення інформаційного простору як складової простору соціального, змістовними складовими якого виступають – інформація, інформаційні відносини та взаємодії, інформаційна культура, інформаційна діяльність та інформаційна інфраструктура, інформаційне право та інформаційне законодавство. Це дозволило авторці звернутися до концепції капіталу П. Бурдьє і надати визначення поняття інформаційного капіталу не тільки як сукупності інформаційних технологій, компетенцій та ресурсів, якими той чи інший агент володіє, але і як інструменту або методу вираження, придбання, накопичення та закріплення інших видів капіталу.

Крім того, авторкою було здійснено узагальнення підходів до розуміння сучасного університету, його функцій, комунікативної активності та особливостей позиціонування.

У другому розділі Розова.О.В. провела ретроспективний та компаративний аналіз становлення та розвитку пресслужб в українському та міжнародному контекстах, проаналізувала організаційну структуру, функції та технології пресслужби університету як інструменту його позиціонування в інформаційному просторі. Авторкою визначені основні стратегії та особливості позиціонування університету на прикладі як вітчизняних, так і зарубіжних закладів вищої освіти. Запропоновано узагальнений аналіз технологій та інструментів роботи пресслужби. Крім того, наголошено на ризиках та викликах, з якими стикаються пресслужби в інформаційному суспільстві та на які мають активно реагувати. Особливу увагу наголошено на тих ризиках, з якими стикаються пресслужби університету в умовах повномасштабної війни в Україні.

Для здійснення аналізу функціонування пресслужби університету як інструменту позиціонування ЗВО в інформаційному просторі у третьому розділі були проведені емпіричні дослідження, а саме: експертні інтерв'ю з керівниками пресслужб або Центрив зв'язків з громадськістю університетів України та глибинні інтерв'ю з представниками засобів масової інформації. За результатами проведених досліджень було: ідентифіковано основні проблеми функціонування пресслужби ЗВО та визначено ключові виклики щодо її розвитку; проаналізовано нормативно-правові документи ЗВО щодо регулювання діяльності пресслужб або Центрив із зв'язків з громадськістю, надано перелік практичних рекомендацій щодо перспектив та стратегій її подальшого розвитку.

Відзначено, що напрями роботи та завдання пресслужби підпорядковуються головній меті – системному забезпеченню комунікацій та ефективному позиціонуванню університету у внутрішньому (університетському) і зовнішньому (національному й світовому) інформаційному просторі задля формування спільної організаційної ідентичності, позитивного іміджу, бренду і репутації університету.

В роботі переконливо розкрита і всебічно показана роль пресслужби ЗВО як необхідного ресурсу накопичення інформаційного капіталу, за допомогою якого можна впливати на позиціонування закладу вищої освіти в економічному, соціальному, культурному, символічному, освітньому просторах. Сформульоване конкретне бачення перспектив діяльності пресслужби університету за допомогою новітніх інформаційно-комунікативних технологій та цифрових інструментів в мережевому суспільстві.

Серед важливих переваг дисертації слід особливо підкреслити її практичну спрямованість, системний аналіз та узагальнення великого практичного досвіду комунікативної активності закладів вищої освіти, ролі, місця і функцій пресслужб. Багато результатів і висновків третього розділу дисертації носять характер конкретних практичних рекомендацій, спираючись на які керівництво ЗВО та їх відповідні структурні підрозділи можуть значно посилити зовнішні і внутрішні комунікації, виходити не тільки на внутрішні, але й на міжнародні науково-освітні ринки.

Також слід відзначити цінність дисертації для покращення підготовки професійних фахівців для роботи в університетських пресслужбах і подібних підрозділах.

Результати дослідження апробовані участю авторки в багатьох міжнародних науково-практичних конференціях.

Висновки до розділів та за результатами роботи сформульовані чітко та відповідають змісту дисертаційної роботи.

Список використаних джерел містить 180 найменувань, включає широке коло вітчизняних та зарубіжних наукових публікацій.

Анотація відображає основний зміст дисертації та достатньо повно розкриває наукові результати та практичну цінність роботи.

#### **Академічна доброчесність**

Порушень академічної доброчесності в дисертації та наукових публікаціях, у яких висвітлені основні наукові результати дисертації, не виявлено.

Усі результати, які винесено автором на захист, отримані самостійно і містяться в опублікованих роботах. У роботах, опублікованих у співавторстві, використані тільки ті ідеї, положення та розрахунки, які є результатом особистих наукових пошуків.

**По дисертаційній роботі можна зробити наступні зауваження:**

- теоретичний розділ роботи в цілому містить, як зазначено вище, цікаві і перспективні положення, щодо характеру інформаційного простору, що є необхідним для розуміння можливостей цілеспрямованої комунікативної поведінки ЗВО в цьому просторі. Проте відчувається необхідність більш чіткого визначення основних понять, які використовуються в теоретичному розділі роботи, таких, як «інформаційне поле», «інформаційні потоки». До того ж, було б доцільно більш чітко висвітлити зв'язок між «комунікативною діяльністю», «комунікативним простором» (с.49.) та «інформаційним простором»;

- в роботі проголошена мета зосередитися на проблемах позиціонування класичного університету як такого, в якому найбільш проявляються особливості сучасної університетської освіти (стор. 65), проте в дослідженні представлена проблематика комунікативної активності університетів безвідносно до їх профільної приналежності;

- в роботі сформульоване розгорнуте і змістовне визначення пресслужби ЗВО, як комунікативного підрозділу (стор. 93), проте, на нашу думку, потребують більш конкретного визначення її особливості порівняно з іншими підрозділами, які виконують комунікативні функції, перш за все з такими, як відділи зв'язків із громадськістю, центри медіакомунікацій, центри реклами та маркетингу тощо, хоча авторка наголошує на необхідності розмежування цих структур (стор.134);

- в тексті роботи не досить коректно вживається словосполучення «соціологічні дослідження» у значенні емпіричних досліджень на базі контент-аналізу, експертних опитувань, інтерв'ю. Але під соціологічними дослідженнями розуміються всі рівні соціологічного пізнання, від загальнотеоретичного до емпіричного.

- в тексті роботи зустрічається визначення університету як інституту ( стор. 61), при тому, що переважно в дисертації в якості соціального інституту розглядається вища освіта (стор.62-63), яка повністю підпадає під ознаки інституту як форми організації суспільного життя;

- в роботі справедливо наголошено на актуалізації «третьої місії» університету, його соціальної відповідальності, але це визначається не лише екологічними проблемами, та незворотністю їх наслідків ( стор. 51), а набагато більш широким колом чинників, зокрема необхідністю широкого впливу ЗВО на локальне і глобальне оточення;

- характеристика форм діяльності пресслужби (пресконференції, брифінги тощо містить багато загальновідомих речей (стор.115), що мало додає для наукового осмислення цих форм;

-з метою більш повного дослідження взаємодії пресслужб зі ЗМІ було б доцільним значно розширити географію та кількість респондентів глибинного інтерв'ю, охопити не тільки Київській, Львівський, Харківський, але й інші університетські центри;

- текст дисертації перенасичений цитуванням, яке не завжди продиктоване логікою викладення та аргументації її положень;

- в тексті роботи є граматичні та стилістичні огріхи, друкарські помилки, неточності в оформленні посилань на джерела.

Однак, вказані недоліки не є критичними і не впливають на загальну позитивну оцінку виконаної роботи. Дисертація О.В. Розової в цілому відповідає необхідним вимогам, має високу наукову цінність та практичну значущість.

## **ВИСНОВОК**

Дисертаційна робота Розової О.В. «Пресслужба університету як інструмент позиціонування закладу вищої освіти в інформаційному просторі» є завершеною науково-дослідною роботою, яка містить науково-обґрунтовані результати, має

наукову новизну та дає перспективи подальших досліджень.

Подана дисертаційна робота «Пресслужба університету як інструмент позиціонування закладу вищої освіти в інформаційному просторі» Розової.О.В. за своїм змістом відповідає спеціальності 054 – Соціологія, а також відповідає вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії, а саме вимогам пунктів 6, 7, 8 і 9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженого Постановою КМУ від 12.01.2022 р. №44, а здобувач Розова Олена Володимирівна заслуговує присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 054 – Соціологія.

Офіційний опонент

Професор кафедри прикладної соціології  
та соціальних комунікацій  
Харківського національного університету  
імені В.Н. Каразіна  
доктор соціологічних наук



Віль БАКІРОВ

09.08.2024

ПІДПИС ЗАСВІДЧУЮ  
Начальник відділу  
кадрів

