**Рецензия**

**на магистерскую диссертацию**

**Горюновой Вероники Михайловны**

**«Психологические аспекты формирования бренд-имиджа политического лидера современной России»**

Профиль магистратуры – «Связи с общественностью»

В современных условиях проблематика создания имиджа политического лидера продолжает оставаться остро актуальной, несмотря на значительный корпус литературы, вышедшей в последнее десятилетие. Автор взялся за сложную, хотя и достаточно проработанную тему – анализ психологических аспектов формирования бренд-имиджа политического лидера на примере российской политической практики.

В первой главе осуществляется попытка описать и структурировать имиджевые характеристики в целом и особенности политического имиджа в частности.

Вторая глава посвящена изучению психологических сторон имиджевой политики российского президента.С помощью метода контент-анализа автор осуществляет попытку исследования влияния параметров контент-анализа на рейтинг доверия В. В. Путину.

В третьей главе осуществляется исследование влияния выступлений В. Путина на его бренд.

Вместе с тем необходимо высказать целый ряд серьезных замечаний по содержанию работы.

1. Работа носит описательный, нежели аналитический характер. Об этом свидетельствуют, в частности, издания, ставшие основой методологического раздела – все они относятся к периоду десятилетней давности (2006/2007 г.г. – самые последние издания, использованные в тексте диссертации). В то же время публикации, посвященные содержанию, структуре и моделям собственно политического имиджа, выпали из поля зрения автора – речь идет о работах И.Минтусова, Е.Егоровой, Е.Шестопал, А.Кошмарова и др.
2. Параграф 2 первой главы, посвященный исследованию сущности политического имиджа, в действительности представляет собой не попытку глубокого анализа этого специфичного феномена, а механическое «наложение» имиджевой матрицы на вербальные и поведенческие схемы действий политиков.
3. Ощущение поверхностности нарратива создают встречающиеся в тексте логические противоречия. Так, пишет автор на с.9, имидж только наделен характером стереотипа, но не равнозначен ему. С другой стороны, на на с.29 автор отмечает: в формировании имиджа важную роль играют стереотипы и ассоциации, с помощью которых люди наделяют объект восприятия качествами.

В целом работа производит впечатление «разорванности» и фрагментарности.

1. Мягко говоря, странно выглядит название параграфа 3.1 «Анализ влияния категорий контент-анализа, влияния параметров контент-анализа на рейтинг доверия В.В.Путину». Судя по приведенному названию, получается, что М.В.Горюнова пытается выяснить, как категории контент-анализа влияют на рейтинг доверия В.Путину. Однако контент-анализ – это лишь исследовательский метод, который используется относительно небольшим кругом экспертов, и в принципе оказывать какое-либо воздействие на общественное мнение он не может.
2. Возвращаясь к результатам методики контент-анализа, на базе которых и строится вся аргументация автора, приходится констатировать, что эти результаты контрпродуктивны. Подобная ситуация определяется фактическим отсутствием единиц анализа, которые автор подменяет мало что дающими категориями (представлены на с.81-84). Складывается ощущение, что М.В.Горюнова крайне слабо разобралась в сути применяемого метода.
3. Большие сомнения вызывает использование термина «бренд-имидж» по отношению к личности политического лидера. Во всяком случае аналоги использования этого термина в таком контексте неизвестны. Возможно, автор методологически разделяет подходы политического маркетинга, однако в тексте это нигде не оговаривается.
4. Наконец, последнее. Анализ текста выявил высокий процент неавторизованных заимствований. Самостоятельный оригинальный текст составляет лишь 67,5%. Это полностью противоречит «Критериям оценивания ВКР, выполняемой по завершении освоения основных образовательных программ подготовки специалиста, бакалавра и магистра по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью», «Реклама и связи с общественностью » («п.4. Оценка за работу снижается на три балла при наличии 4.1 в работе выявлены недобросовестные заимствования текста общий (суммарный) объем которых составляет ) 0,5 страницы формата А4; под недобросовестным заимствованием текста подразумевается использование в ВКР текстов (работ) без указания ссылок на автора этих текстов»).

Все приведенные замечания не позволяют рецензенту поставить удовлетворительную оценку магистерской диссертации.

Рецензент

д.полит.н., проф.

Ачкасова В.А.