

## **СВЕДЕНИЯ О РЕЗУЛЬТАТАХ ПУБЛИЧНОЙ ЗАЩИТЫ ДИССЕРТАЦИИ**

Диссертационный совет Д 212.267.01 созданный на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет», извещает о результатах состоявшейся 25 декабря 2014 года публичной защиты диссертации Спичевой Дины Ивановны «Имидж как коммуникативно-управленческий феномен: социально-философский анализ» по специальности 09.00.11 – Социальная философия на соискание ученой степени кандидата философских наук.

Время начала заседания: 12-45.

Время окончания заседания: 14-10

На заседании присутствовали 19 из 24 членов диссертационного совета, в том числе 6 докторов наук по специальности 09.00.11 – Социальная философия:

1. Суровцев Валерий Александрович, председатель диссертационного совета, доктор философских наук, 09.00.03
2. Завьялова Маргарита Павловна, заместитель председателя диссертационного совета, доктор философских наук, 09.00.01
3. Эннс Ирина Андреевна, ученый секретарь диссертационного совета, кандидат философских наук, 09.00.03
4. Аванесов Сергей Сергеевич, доктор философских наук, 09.00.01
5. Ардашкин Игорь Борисович, доктор философских наук, 09.00.11
6. Борисов Евгений Васильевич, доктор философских наук, 09.00.03
7. Коробейникова Лариса Александровна, доктор философских наук, 09.00.11
8. Кужелева-Саган Ирина Петровна, доктор философских наук, 09.00.01
9. Мишанкина Наталья Александровна, доктор филологических наук, 09.00.01
10. Моисеева Агнесса Петровна, доктор философских наук, 09.00.11
11. Найман Евгений Артурович, доктор философских наук, 09.00.03
12. Оглезнев Виталий Васильевич, доктор философских наук, 09.00.01
13. Петрова Галина Ивановна, доктор философских наук, 09.00.11
14. Рубанов Виталий Георгиевич, доктор философских наук, 09.00.01
15. Сыров Василий Николаевич, доктор философских наук, 09.00.03
16. Черникова Ирина Васильевна, доктор философских наук, 09.00.01
17. Чешев Владислав Васильевич, доктор философских наук, 09.00.01
18. Щербинин Алексей Игнатьевич, доктор политических наук, 09.00.11
19. Щербинина Нина Гаррьевна, доктор политических наук, 09.00.11

**Заседание ведет председатель диссертационного совета доктор философских наук, профессор Суровцев Валерий Александрович.**

По результатам защиты диссертации тайным голосованием (результаты голосования: за присуждение ученой степени – 16, против – 1, недействительных бюллетеней – 2) диссертационный совет принял решение присудить Д.И. Спичевой учёную степень кандидата философских наук.

**Заключение диссертационного совета Д 212.267.01**  
**на базе федерального государственного автономного образовательного**  
**учреждения высшего образования**  
**«Национальный исследовательский Томский государственный университет»**  
**Министерства образования и науки Российской Федерации**  
**по диссертации на соискание ученой степени кандидата наук**

аттестационное дело № \_\_\_\_\_

решение диссертационного совета от 25.12.2014 г., № 12

О присуждении **Спичевой Дине Ивановне**, гражданке Российской Федерации, ученой степени кандидата философских наук.

Диссертация **«Имидж как коммуникативно-управленческий феномен: социально-философский анализ»** по специальности **09.00.11** – Социальная философия принята к защите 24.10.2014 г., протокол № 10, диссертационным советом **Д 212.267.01** на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» Министерства образования и науки Российской Федерации (634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, приказ о создании диссертационного совета № 743/нк от 05.11.2013 г.).

Соискатель **Спичева Дина Ивановна**, 1978 года рождения.

В 2000 году соискатель окончила Кемеровский государственный университет по специальности «Филология». В 2003 году соискатель окончила государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Томский государственный университет» по специальности «Связи с общественностью».

Для выполнения диссертационной работы была прикреплена в качестве соискателя к кафедре онтологии, теории познания и социальной философии философского факультета, затем была переведена в качестве соискателя на кафедру социальных коммуникаций факультета психологии федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет».

Работает в должности заместителя заведующего учебно-научной лабораторией гуманитарных новомедийных технологий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» Министерства образования и науки Российской Федерации.

Диссертация выполнена на кафедре социальных коммуникаций факультета психологии и на кафедре онтологии, теории познания и социальной философии философского факультета федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» Министерства образования и науки Российской Федерации.

Научный руководитель – доктор философских наук, **Кужелева-Саган Ирина Петровна**, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет», кафедра социальных коммуникаций, заведующая кафедрой.

Официальные оппоненты:

**Яковлев Игорь Петрович**, доктор философских наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет», кафедра менеджмента массовых коммуникаций, профессор

**Квеско Раиса Брониславовна**, кандидат философских наук, доцент, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», кафедра философии, доцент

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «**Томский государственный архитектурно-строительный университет**», г. Томск, в своём положительном заключении, подписанном **Кокаревич Марией Николаевной** (доктор философских наук, профессор, кафедра философии, заведующая кафедрой),

указала, что диссертационная работа Д.И. Спичевой является примером получения таких новых социально-философских знаний, которые требуются в настоящее время при определении специфики и решении задач управления социально-коммуникативными процессами в информационном обществе, что имеет не только философско-теоретическое значение, но, в первую очередь, представляет непосредственный практический интерес. Осуществленная диссертантом тематизация коммуникативно-управленческой природы имиджа в качестве его онтологической, сущностной особенности позволяет понять глобализационность данного феномена, эффективность функционирования в системе коммуникативного, в частности, управленческого взаимодействия, что может стать методологическим базисом корректировки разного рода процессов в социальном пространстве.

Соискатель имеет 32 опубликованных работы, в том числе по теме диссертации – 6 работ, опубликованных в рецензируемых научных изданиях – 3, в сборниках материалов всероссийской и международной научно-практических конференций и Сибирского психологического форума – 3 (общий объем работ 1,82 п.л., авторский вклад – 1,52 п.л.).

Наиболее значимые работы:

1. Спичева, Д. И. Роль имиджевой коммуникации в интернет-пространстве / Д. И. Спичева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 11 (37), ч. 1. – С. 164–167. – 0,23 п.л.

2. Спичева, Д. И. Факторы эффективности цифрового имиджа как социально-технологического феномена / Д. И. Спичева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 8 (34), ч. 2. – С. 175–178. – 0,26 п.л.

3. Спичева, Д. И. Имидж как инструмент управления сознанием и поведением «поколения Y» / Д. И. Спичева, И. П. Кужелева-Саган // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 363. – С. 64–67. – 0,5 / 0,25 п.л.

На автореферат поступили 4 положительных отзыва. Отзывы представили:

1. **С.Л. Гертнер**, д-р филос. наук, профессор кафедры культурологии и

антропологии Московского государственного университета культуры и искусств, *без замечаний*; 2. **О.Ф Нескрябина**, д-р филос. наук, проф., профессор кафедры журналистики Сибирского федерального университета, г. Красноярск, *с замечаниями* относительно авторского описания специфики психологического, социологического, политологического, культурологического и социально-философского подходов к определению имиджа и некоторого смещения онтологического и эпистемологического планов описания в параграфе 1.3; 3. **Н.А. Васильева**, канд. филос. наук, доцент кафедры истории, философии, культурологии филиала Тюменского государственного университета в г. Тобольске *с замечанием* о слишком кратком описании философских дискурсов, в контексте которых представлены исторические протоформы имиджа; 4. **Е.И. Ярославцева**, канд. филос. наук, доц., старший научный сотрудник сектора методологии междисциплинарных исследований человека Института философии РАН, г. Москва, *с замечаниями*: недостаточно обосновано утверждение о том, что электронная сетевая коммуникация протекает по иным законам, нежели полноценное межличностное взаимодействие; недостаточно обоснован выбор философских дискурсов для реконструкции представлений об имидже от Античности до начала 90-х годов XX века; бегло описаны актуальные вопросы, связанные с имиджевым капиталом.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается тем, что И.П. Яковлев – признанный специалист в области философии коммуникации, один из организаторов подготовки специалистов по новой для начала 1990-х годов специальности «Связи с общественностью», автор учебника «Основы теории коммуникаций», в котором изложены фундаментальные основы подготовки специалистов-коммуникаторов; Р.Б. Квеско – член Российского философского общества, признанный специалист в области социальной философии, философии менеджмента, автор учебного пособия для вузов по имиджелогии; на кафедре философии Томского государственного архитектурно-строительного университета работают специалисты в области социальной философии и других философских дисциплин, занимающиеся исследованием проблематики коммуникативных процессов современного информационного общества.

**Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:**

*дано* авторское определение имиджа как социально-психологического и, одновременно, социокультурного феномена знаково-символической природы, выявлены смысловые и причинно-следственные отношения между самостоятельной категорией «имидж» и часто заменяющими его в русском языке понятиями «образ», «мнение», «репутация», «бренд», заключающиеся в том, что: с одной стороны, имидж является результатом оценки субъектом индивидуального образа реальности и возникновения на её основе определенного мнения; с другой – основой для формирования репутации, при определенных условиях «конвертируемой» в бренд;

*разработана* общая предметная схема имиджа, репрезентирующая его системные характеристики (многомерность, технологичность, амбивалентность и коммуникативно-управленческую сущность), обуславливающие такие функции имиджа, как формирование определенного отношения к его носителю, легитимация власти, увеличение символического капитала, типизация и конструирование социальной реальности; выявлена специфика процесса их реализации посредством актуализации соответствующих мотивов поведения субъектов с помощью специальных кодов, заключенных в имиджевых посланиях;

*обоснованы* факторы эффективности имиджевого управления в обществе-Сети, заключающиеся в его возможностях способствовать быстрому накоплению социального капитала и повышению социальных статусов субъектов; производить симулятивную гиперреальность, столь желаемую для них; получать «культурные коды доступа» к сознанию и подсознанию индивидуумов как объектов управления (прежде всего, представителей «поколения Y»).

**Теоретическая значимость исследования** обоснована тем, что:

*обоснована* теоретическая модель имиджа как многомерного, технологического и амбивалентного феномена, имеющего знаково-символическую коммуникативно-управленческую природу и продолжительный исторический генезис, чей потенциал особенно востребован и ярко проявляется в современном

сетевом информационно-коммуникативном обществе с его электронно-цифровой онтологией самоорганизации;

*раскрыты* теоретические основания механизмов имиджевой коммуникации в условиях сетевой самоорганизации как стратегической, «программирующей» электронно-цифровой коммуникации, воздействующей не только на массовое и индивидуальное сознание пользователей Сети, но и на тех, кто её инициирует – PR-технологов и дизайнеров;

*внесен* определенный вклад в развитие общей теории имиджа, расширяющий её исследовательские горизонты, намечая новые – социально-философские – направления изучения имиджа как сложнейшего социокультурного и социально-психологического феномена.

**Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:**

*определены* условия, при которых имидж становится инструментом управления, главное из которых заключается в том, что имидж должен стать так называемым «кодом доступа» (системным коммуникативным культурным кодом) к сознанию, подсознанию и коллективному бессознательному индивидуальных пользователей и сетевых сообществ, инициирующий у них посредством актуализации соответствующих мотивов (престижа, славы и т.п.) психологические механизмы идентификации, самоидентификации и самопрезентации;

*положение* о выявлении специфической педагогической функции имиджа (формирование доверия субъекта к миру через овладение и принятие социально-одобряемого конструктивного поведения, возникающего в процессе социализации) было *учтено* при разработке проекта по конструированию имиджа «Школы Сколково» как прообраза массовой школы будущего (проект стал финалистом открытого конкурса концепций на создание Школы Сколково);

*представленная в диссертации модель* имиджа как параметра порядка или аттрактора, инициирующего процессы саморазвития и самоорганизации социальной системы, *является основой* формирования имиджа Центра дополнительного образования «Планирование карьеры» г. Томска, что позволило

Центру получить статус Ресурсно-внедренческого центра инноваций, войти в Национальный реестр «Ведущие образовательные учреждения России».

**Рекомендации об использовании результатов диссертационного исследования.** Результаты диссертационного исследования могут быть использованы для обновления существующих и создания новых университетских учебных курсов в рамках программ подготовки бакалавров и магистров социально-ориентированных профессиональных направлений: «Реклама и связи с общественностью», «Работа с молодежью», «Социальная работа».

**Оценка достоверности результатов исследования выявила:**

идея диссертации *базируется* на социально-философской рефлексии относительно сложнейших, противоречивых и неясных по своим последствиям процессов, связанных с коммуникативно-управленческой сущностью имиджа, позволяющей критически осмыслить уже существующие подходы к изучению данного феномена в различных областях современного социально-гуманитарного научного знания и выйти за рамки их границ и локальности для формирования системного, целостного взгляда на имидж; выявления новых методологических подходов к его пониманию;

*установлено*, что диссертационная работа опирается на известные, проверяемые факты, согласующиеся с опубликованными материалами по теме диссертации в социальной философии и в смежных отраслях;

при проведении исследования *использованы* современные методики сбора и обработки информации.

**Научная новизна полученных результатов заключается** в определении имиджа как социально-психологического и, одновременно, социокультурного феномена знаково-символической природы, побуждающего тех, на кого он направлен, вести себя определенным образом; в разработке «над-дисциплинарной» (общей) предметной схемы имиджа, репрезентирующей его системные характеристики (многомерность, технологичность, амбивалентность и коммуникативно-управленческую сущность); в построении «исторической» социально-философской проекции имиджа и его протоформ; в применении



системно-синергетического подхода к анализу причин усиления коммуникативно-управленческого потенциала имиджа; в обосновании факторов эффективности имиджевого управления в обществе-Сети.

**Личный вклад соискателя состоит в:** формулировке гипотезы, экспликации теоретической базы исследования, сборе и обработке материала из разных отраслей социогуманитарного научного знания, апробации результатов на конференциях и семинарах, в подготовке публикаций по выполненным исследованиям.

Диссертация соответствует п. 9 Положения о присуждении ученых степеней, является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи философской концептуализации коммуникативно-управленческой сущности имиджа в контексте общих закономерностей существования и развития общества, имеющей значение для развития социальной философии.

На заседании 25.12.2014 г. диссертационный совет принял решение присудить **Спичевой Д.И.** ученую степень кандидата философских наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 19 человек, из них 6 докторов наук по специальности 09.00.11 – Социальная философия, участвовавших в заседании, из 24 человек, входящих в состав совета, проголосовал: за – 16, против – 1, недействительных бюллетеней – 2.

Председатель

диссертационного совета

Ученый секретарь

диссертационного совета



Суровцев Валерий Александрович

Эннс Ирина Андреевна

25.12.2014 г.