

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на магистерскую диссертацию**  
**Маенковой Дарьи Сергеевны**  
**«Тексты бизнес-PR в онлайн-среде»**

Обращение автора к теме «Тексты бизнес-PR в онлайн-среде» обусловлено высокой актуальностью заявленной проблематики. Многообразие интернет-технологий и скорость их развития не только открывает новые перспективы PR-деятельности, но и ставит перед исследователем новые вопросы, которые касаются как теории, так и практики связей с общественностью. В их числе – осмысление роли интернета эпохи Веб 2.0 в сфере PR-коммуникаций, описание конкретных методов и методик, сравнение новых и традиционных технологий PR, влияние интернет-технологий на оформление и содержание PR-текстов в оффлайн- и онлайн-среде.

В процессе работы над дипломным исследованием автору удалось провести большую работу по анализу теоретических работ в области электронных PR-текстов, сбору эмпирического материала, анализу конкретных PR-текстов. Магистерская диссертация включает в себя введение, 3 главы и заключение. В первой главе рассматриваются основные характеристики интернет-коммуникации и жанровое своеобразие электронных PR-текстов. Во второй главе выделены основные способы продвижения бизнес-организации в книжной отрасли. В третьей главе автор проанализировал контент групп издательств «Манн, Иванов и Фербер» и «Питер», размещенный on-line на различных электронных платформах. Оформление работы не вызывает нареканий. С выводами и положениями, выносимыми на защиту, в целом, можно согласиться.

Вместе с тем магистерская диссертация не свободна от недостатков. Во-первых, бросается в глаза неравномерность глав диссертация. Главу вторую «Специфика PR-коммуникации в книжной отрасли», включающую 13 страниц, в связи с незначительным объемом следовало назвать параграфом и включить в первую главу.

Во-вторых, вызывает удивление обращение автора к устаревшей статистике по самым популярным социальным сетям в России (страница 38). Автор обращается к данным за 2011-2012 гг., хотя эмпирические данные по поводу контента групп в социальных сетях издательств «Манн, Иванов и Фербер» и «Питер» собраны в конце 2014 г. В связи с высокой динамичностью социальных сетей следовало найти данные за

2014 год.

На наш взгляд, указанные замечания несколько снижают общую оценку работы. Однако, результаты исследования могут быть полезны и в теоретическом, и в практическом плане для практикующих специалистов в области корпоративной социальной ответственности, а также для будущих поколений исследователей в этой области.

Таким образом, магистерская диссертация **Маенковой Дарьи Сергеевны «Тексты бизнес-PR в онлайн-среде»** представляет собой самостоятельное, интересное исследование, соответствует предъявляемым требованиям, рекомендуется к защите и заслуживает высокой положительной оценки.

к. полит. н., доцент кафедры связей с общественностью  
в политике и государственном управлении



И. А. Быков

18.05.2015