

РЕЦЕНЗИЯ НА МАГИСТЕРСКУЮ ДИССЕРТАЦИЮ
БАЙРАМОВОЙ ПОЛИНЫ ИГОРЕВНЫ

«Эндаумент-фонды в системе коммуникаций классических университетов»

Направление «Реклама и связи с общественностью»
(профиль «Стратегические коммуникации в связях с общественностью
и рекламе»)

В магистерской диссертации П. И. Байрамовой предпринята попытка рассмотреть особенности функционирования эндаумент-фондов в системе коммуникаций университетов в России и мире. Особое внимание автор работы уделяет коммуникационной деятельности классических университетов, детально изучая опыт Санкт-Петербургского государственного университета.

Полина Игоревна логично выстраивает структуру изложения и последовательно рассматривает ключевые вопросы диссертации по принципу «от общего к частному». Так, первая глава является теоретической и посвящена изучению литературы о феномене классического университетского образования. Нужно отметить, что автор подводит итог своим теоретическим изысканиям и предлагает универсальную модель коммуникаций классических вузов. Данная модель является результатом самостоятельного поиска Полины Игоревны. Магистрантка полагает, что на сегодняшний день системообразующий фактор для построения модели коммуникаций базируется на выделении различных групп общественности. С данным утверждением можно было бы не согласиться, если бы речь шла о другой сфере – поскольку образование в России является областью по большей части бюджетной, развитие коммуникационных практик (не говоря о разработке стратегий) в ней не успевает тенденциями рынка.

Во второй главе магистрантка переходит к рассмотрению феномена эндаумент-фондов, или фондов целевого капитала. В этой части работы собраны и изучены открытые данные, документы и специализированная литература по теме, относительно новой для нашей страны, но и проведен сравнительный анализ деятельности нескольких университетских эндаумент-фондов. По сути, Полина Игоревна с опорой на конкретные примеры доказывает, что эндаумент-фонды, с одной стороны, являются финансовым гарантом для вуза, а с другой – могут быть источником формирования репутационного капитала образовательного учреждения. Практическая значимость результатов этой части исследования также не вызывает сомнения: автор не только разработал матрицу для сравнительного анализа основных показателей деятельности фондов ряда российских и зарубежных вузов (что нашло отражение в Приложениях), но и визуализировала финансовый отчет Эндаумент-фонда СПбГУ, сделав сухие цифры более «осязаемыми».

В заключительной главе эндаументы вузов описаны как субъекты коммуникаций, а их PR-деятельность рассмотрена в информационном и событийном аспектах на примере Эндаумент-фонда СПбГУ. Отметим, что глава посвящена

систематизации и обобщению обширного эмпирического материала, а значит, представляет особый интерес для представителей рассматриваемой структуры.

Язык, которым написана диссертация, также производит благоприятное впечатление. Текст содержит большое количество конкретной информации, собственные исследования автора имеют прикладное значение. Выводы работы самостоятельны, на протяжении всего повествования чувствуется присутствие автора в тексте магистерского исследования.

Очевидным является тот факт, что магистерская диссертация П. И. Байрамовой является актуальной для современного ВПО, а также обладает исключительной новизной. Вероятно, это исследование могло бы положить начало комплексному изучению функционирования фондов вузов, систематизации их PR-коммуникаций и фандрайзинговых инструментов. В заключении автор справедливо приходит к выводу о том, что для оптимизации коммуникационной среды эндаумент-фондов и технологизации PR-коммуникаций, необходима разработка стратегии развития, коммуникационной стратегии, создание программы и плана по работе с медиа, партнерами и донорами. Важной частью выводов являются рекомендации по совершенствованию коммуникационной деятельности фондов целевого капитала вузов. Это также можно отнести к практической ценности работы.

Вместе с тем, имеется несколько замечаний по магистерской диссертации. Во-первых, автор в недостаточной степени обосновывает выбор объектов, а также в разных частях работы по-разному комбинирует этот набор. Во-вторых, при сопоставлении данных о деятельности разных эндаументов, за основу взяты отчеты 2014 года, а мониторинг социальных медиа ограничивается октябрём 2016 года. И, наконец, в работе ощущается относительный недостаток терминологической базы.

Подводя итог, можно с уверенностью утверждать, что магистерская диссертация П. И. Байрамовой отличается высокой степенью актуальности и новизны, абсолютно соответствует всем требованиям, предъявляемым к написанию ВКР по данному уровню подготовки, и заслуживает самой высокой положительной оценки.

Профессор Владимир Александрович Евстафьев,

доктор филологических наук,

Президент КА «ИМА-пресс»

15.05.2017

