

Отзыв об автореферате
диссертации Начаровой Людмилы Игоревны
«Продвижение социальной сети “ВКонтакте” в российской и
международной медиасфере (PR, имидж, бренд)», представленной на
соискание ученой степени кандидата филологических наук по
специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Автореферат диссертационного исследования Л. И. Начаровой вполне адекватно отражает содержание ее диссертации. **Актуальность** работы обусловлена стремительным развитием цифровых технологий и усилением влияния социальных сетей на общественные, экономические и культурные процессы. В условиях глобальной конкуренции социальных сетей, исследование стратегий их продвижения, формирования имиджа и бренда является значимым научным и практическим направлением. Диссертационная работа посвящена комплексному анализу механизмов продвижения социальной сети «ВКонтакте», что делает ее ценной для современной науки и практики в области медиакоммуникации и журналистики.

Научная новизна исследования очевидна. Автором разработана и введена в научный оборот оригинальная типология социальных сетей, что позволяет систематизировать их разнообразие и углубить понимание процессов их функционирования. В работе проведена детальная систематизация теоретико-методологических подходов к изучению социальных платформ, а также уточнено определение термина «социальная сеть» с учетом современных научных разработок.

Значимым вкладом является сравнительный анализ инструментов продвижения товаров, услуг, медиаплатформ и социальных сетей, который позволил выявить ключевые сходства и различия в используемых маркетинговых стратегиях. На основе полученных данных автор обосновывает наиболее эффективные подходы к продвижению социальных сетей, что расширяет представления о специфике их развития в информационном пространстве.

Кроме того, работа содержит детальный анализ PR-стратегий «ВКонтакте», направленных на его позиционирование как в российской, так и в международной медиасреде. Особое внимание уделено использованию механизмов «мягкой силы» для управления пользовательским восприятием социальной сети, что представляет собой важный аспект исследования

цифровых коммуникаций. Рассмотрена эволюция бренда «ВКонтакте», выявлены его ключевые ценности и отличительные черты в сравнении с конкурентами. Автор предлагает рекомендации по усилению позиций бренда и адаптации его продвижения в соответствии с актуальными трендами медиасреды, что повышает практическую значимость исследования.

Основные положения диссертации получили достойную апробацию в 9 статьях, 5 из которых опубликованы в рецензируемых научных изданиях ВАК (1-2к).

В целом, автореферат отражает ключевые положения диссертации, демонстрируя высокий уровень теоретической и эмпирической проработки материала. Представленные в работе выводы имеют значительный научный и прикладной потенциал, что делает ее ценной для исследователей медиакоммуникаций, маркетологов, специалистов в области PR и цифрового брендинга.

Таким образом, в представленной авторефератом диссертации успешно решены задачи, важные для современной филологической науки. Общий вывод: диссертация Начаровой Л.И. «Продвижение социальной сети “ВКонтакте” в российской и международной медиасфере (PR, имидж, бренд)» соответствует требованиям, предъявленным к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, а её автор, Начарова Людмила Игоревна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Доктор филологических наук (10.01.01),
директор Института гуманитарного
образования и тестирования

Круглова Татьяна Сергеевна

07 марта 2025 г.



Адрес организации:

107187, г. Москва, Окружной проезд, д.15, корп. 2.

Тел. +7 (495) 411 21 11

e-mail: info@rusedustudy.ru

Отзыв
об автореферате диссертации
Начаровой Людмилы Игоревны
«Продвижение социальной сети “ВКонтакте” в российской и
международной медиасфере (PR, имидж, бренд)»,
представленной на соискание ученой степени кандидата
филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и
журналистика (филологические науки) в Диссертационный совет ПДС
0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы
народов имени Патриса Лумумбы»

Современные социальные сети оказывают значительное влияние на медиасреду, цифровую экономику и общественное мнение, что делает их изучение особенно актуальным. В условиях глобальной конкуренции и стремительного развития технологий вопрос продвижения социальных платформ приобретает стратегическое значение. Диссертационное исследование Л.И. Начаровой посвящено комплексному анализу механизмов продвижения социальной сети «ВКонтакте» в российском и международном информационном пространстве, что представляет собой значительный вклад в область медиакоммуникаций.

Работа отличается научной новизной, выраженной в нескольких аспектах. Автор вводит в научный оборот собственную типологию социальных сетей, что позволяет системно классифицировать цифровые платформы и анализировать их развитие. Кроме того, в диссертации проведена систематизация существующих теоретико-методологических подходов к исследованию онлайн-сообществ, а также уточнено определение термина «социальная сеть» на основе современных научных концепций.

Важным вкладом является сравнительный анализ методов продвижения товаров, услуг, медиаканалов и социальных сетей, проведенный автором. Это позволило выявить как общие закономерности, так и уникальные особенности маркетинговых стратегий, применяемых в сфере цифровых коммуникаций, а также обосновать наиболее эффективные инструменты продвижения для социальных сетей.

Особое внимание в работе уделяется анализу PR-стратегий «ВКонтакте» и специфики ее позиционирования в условиях российской и международной медиасреды. Автор рассматривает механизмы формирования имиджа социальной сети, уделяя особое внимание использованию инструментов «мягкой силы» для управления пользовательским восприятием.

В диссертации проведен детальный анализ эволюции бренда «ВКонтакте», выделены его ключевые ценности и отличительные черты в сравнении с конкурентами. На основании выявленных особенностей разработаны практические рекомендации по укреплению позиций бренда и адаптации стратегий продвижения к современным медиатрендам.

В заключение замечу высокую степень самостоятельности и новизны

исследование. работа Л.И. Начаровой представляет собой глубокое и комплексное исследование, сочетающее теоретический анализ и практическую значимость. Автореферат отражает основные положения диссертации и демонстрирует высокий уровень проработки материала.

Текст автореферата адекватно отражает основные идеи диссертационного исследования. Судя по автореферату, работа соответствует требованиям, предъявленным к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Начарова Людмила Игоревна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

10 марта 2025 г.

Кандидат филологических наук (10.01.10),
Заместитель главного редактора ТАСС
Цицинов Андрей Юрьевич



Адрес организации:

125375, Россия, **Москва**, **Тверской бульвар**, д. 10, стр. 1.
Тел.: +7 (499) 791-0444
info@tass.ru

ОТЗЫВ

**об автореферате диссертации Начаровой Людмилы Игоревны
«Продвижение социальной сети «ВКонтакте» в российской и
международной медиасфере (PR, имидж, бренд)», представленной
на соискание ученой степени кандидата филологических наук
по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика**

Исследование Л. И. Начаровой посвящено актуальной теме продвижения социальных сетей (в частности, платформы «ВКонтакте») в современном медиaprостранстве, что обусловлено их значительной ролью в формировании общественного мнения и цифровой экономики в современной конкурентной национальной и международной медиасреде.

Научная новизна работы заключается в разработке авторской модели типологии социальных сетей, уточнении их определения, а также систематизации теоретико-методологических подходов к их изучению. Впервые проведен сравнительный анализ механизмов продвижения товаров, услуг, медиаплатформ и социальных сетей, что позволило выявить специфические маркетинговые стратегии для последних. Особое внимание уделено PR-стратегиям «ВКонтакте», включая использование инструментов «мягкой силы» для управления пользовательским восприятием. Также исследованы ключевые ценности и отличительные черты бренда «ВКонтакте» по сравнению с конкурентами, предложены рекомендации по его усилению и адаптации к текущим медиатрендам.

Достоверность исследования обеспечивается использованием современных научных методов, включая системный анализ, акторно-сетевую теорию и структурно-семантический подход. Автор опирается на значительный массив библиографических источников, что подчеркивает глубину проработки темы. Кроме того, применение метода интервью и анализа PR-кампаний «ВКонтакте» усиливает обоснованность предложенных гипотез.

Выводы и основные положения диссертации обладают высокой значимостью как в теоретическом, так и в практическом плане. С научной точки зрения работа вносит существенный вклад в изучение социальных сетей и их механизмов продвижения в медиaprостранстве. Практические рекомендации могут быть полезны специалистам в области журналистики, маркетинга и PR, а также создателям рекламных стратегий, направленных на продвижение социальных сетей, в частности «ВКонтакте». Кроме того, материалы исследования могут быть использованы в образовательных целях при разработке лекционных курсов по современным медиа.

Структура диссертации логична и последовательно раскрывает

заявленную тему. В целом, автореферат отражает высокий уровень научного исследования и демонстрирует актуальность, новизну и практическую значимость работы.

Текст автореферата в полной мере отражает основные идеи диссертационного исследования. Работа соответствует требованиям, предъявленным к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Начарова Людмила Игоревна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

11.03.2025

Доктор филологических наук
(10.01.01. Русская литература),
профессор, заведующий кафедрой журналистики,
рекламы и связей с общественностью
филологического факультета ФГБОУ ВО
«Тверской государственной университет»
Брызгалова Елена Николаевна



Адрес: 170002, г. Тверь,
пр-т. Чайковского, д. 70.
+7 (4822) 34-74-85
Email: philology@tversu.ru

