

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации НАЧАРОВОЙ ЛЮДМИЛЫ ИГОРЕВНЫ
на тему: **«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.-медиакommunikации и журналистика
(филологические науки) в Диссертационный совет ПДС 0500.007 при ФГАОУ
ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Актуальность темы представленного квалификационного научного сочинения Начаровой Л.И. не вызывает никаких сомнений, если учесть, что из 8 миллиардов человек, обитающих на планете, пользователями Всемирной Сети по официальным данным являются около 5,5 миллиардов людей.

Заявленная тема определяет в качестве **цели** намерение выявить особенности продвижения отечественной популярной и массовой Сети, что полностью соответствует теме диссертации.

Ведущий к поставленной цели исследовательский план насчитывает пять основных **задач**, выстроенных логически и последовательно, что отражается и в открывающем текст плане диссертации.

Обстоятельный обзор научных трудов отечественных и зарубежных исследователей обнаружил способность соискательницы к их анализу по разработанным критериям, предпринятому сквозь призму сформулированной гипотезы и выдвинутых положений на защиту, а затем и к синтезу полученных результатов. Это позволило соискательнице сформировать общую теоретико-методологическую базу необходимых научных трудов, принадлежащих ведущим учёным в разных сферах науки об информации и ее функционировании, что уже само по себе является несомненным достоинством диссертационной работы. В корпусе авторов-теоретиков мы обнаруживаем также тех, кто занимался PR-ом, политтехнологиями, рекламой и т.п. Что определяет данную работу как междисциплинарную, но с ярко выраженной медиа-доминантой.

В целом материалы и результаты исследования, с одной стороны, подтверждают его соответствие паспорту научной специальности и связь с

конкретным научным направлением, а с другой, - раскрывают его **научную новизну**.

Все эти достижения опираются на тщательно проработанный методологический комплекс, в который вошли методы системного анализа, контент-анализа, обобщения и синтеза; описательный, системно-функциональный и сравнительно-сопоставительный метод. Именно последние и позволили объединить данные и опыт, сформулировать общие закономерности, выделить основные тенденции и закономерности, синтезировать полученную информацию в единую теорию, с помощью которой и был проанализирован привлеченный эмпирический материал.

Теоретическая значимость представленной к защите диссертации заключается в том, что автор осуществляет научный синтез привлеченных теоретических идей из различных сфер науки о коммуникации.

Учитывая возможности использования результатов настоящего исследования для разработки обоснованных рекомендаций по совершенствованию функционирования тех сетевых ресурсов, которые были выбраны автором для анализа и изучения, то **практическая ценность** работы не вызывает сомнений. Результаты исследования могут быть успешно использованы при переиздании и доработке рабочих программ спецкурсов по медиаменеджменту, по изучению современного сетевого виртуального пространства, рекламе и связям с общественностью.

Структура диссертации опирается на декларируемые автором гипотезы и положений, выносимые на защиту. Текст состоит из введения, 4-х глав, заключения, списка литературы и приложений.

Во **введении** обоснована актуальность исследования и определена степень разработанности выбранной темы. Описаны цели и задачи работы, а также основные методологические подходы и теоретические основы работы. Представлены положения, выносимые на защиту, а также информация о проведенной апробации работы и ее структуре.

В первой главе **«Теоретико-методологические подходы к изучению виртуальных социальных сетей»** в результате применения различных теоретических и методологических подходов для анализа социальных сетей,

предложено целостное и многоаспектное представление о природе объекта исследования данной работы – виртуальных социальных сетях.

Предложенное в рамках данной работы дополненное определение социальной сети, которое отражает ее современные функции и этап развития:

Социальная сеть, по мнению автора, — это цифровая платформа, предназначенная для создания, поддержания и расширения социального взаимодействия между ее участниками, а также для предоставления информационных, коммуникационных и сервисных услуг ее пользователям. Помимо традиционных функций обмена сообщениями и контентом между участниками, социальные сети сегодня выступают в качестве посредников в доступе к информационным ресурсам, цифровым сервисам и товарам. Данное определение также учитывает тот фактор, что пользователи могут как активно взаимодействовать с другими членами сети, так и пассивно потреблять контент или услуги, не обязательно вступая в непосредственное общение. Так, «социальное» измерение включает не только межличностное взаимодействие, но и взаимодействие с платформой как источником информации и услуг.

В рамках данной исследовательской работы автором предложена функционально-ориентированная модель типологии социальных сетей, основанная на приоритезации одной или нескольких из трех выделенных характеристик социальных сетей: сервисной, медийной и товарной. Эта модель позволяет более точно учитывать разнообразие функциональных аспектов социальных сетей и их влияние на маркетинговые стратегии, подходя к каждой платформе с учетом ее доминирующего компонентов.

Интеграция всех трех аспектов в рамках предложенной функционально-ориентированной типологии обеспечивает создание перекрестной классификации, которая позволяет более точно учитывать многообразие социальных сетей, их функциональные особенности и подходы к продвижению в условиях современной конкурентной информационной среды.

Вторая глава диссертации, **«PR-инструменты и их влияние на развитие социальной сети»**, посвящена изучению влияния PR-инструментов на развитие социальной сети.

Как отмечает автор исследования, с переходом к цифровым медиа традиционные рекламные инструменты претерпели значительные изменения. Особо это характерно для продвижения интернет-сообществ, которые представляют из себя сущность значительно более сложную чем товар или услуга, одновременно являются сообществом акторов этих сетей и медиаканалом.

По мнению исследовательницы, пример социальной сети «ВКонтакте» демонстрирует, что даже для продвижения цифровых продуктов и платформ традиционные рекламные инструменты продолжают играть важную роль. Тем не менее, такие методы, как телевизионная реклама и наружные баннеры, не всегда отражают природу социальных платформ и могут быть менее эффективными, чем использование цифровых форматов, более близких к аудитории.

Автор представленного текста предлагает для достижения максимальной эффективности в современных условиях интегрировать традиционные методы с цифровыми технологиями. Это позволит не только сохранить охват аудитории, но и повысить точность воздействия и реакцию на актуальные тренды и запросы.

В то же время, как отмечено в диссертации, в рамках рекламной кампании «ВКонтакте» используются традиционные рекламные методы (наружная реклама, рекламные баннеры в сети Интернет), что является нетипичным для цифровых платформ. В данном контексте, традиционная реклама не только помогает распространять информацию о сервисах компании, но и демонстрирует свою адаптацию к современным трендам, создавая эффект «мостика» между старым и новым. Такой подход позволяет достичь широкой аудитории, включая тех пользователей, которые менее активно используют Интернет.

«ВКонтакте» активно использует PR-инструменты и ивент-маркетинг, проводит различные онлайн и оффлайн мероприятия, а также сотрудничает с влиятельными в современной информационной среде личностями, что наглядно демонстрирует эффективность применения таких стратегий продвижения для сервисно- и медийно-ориентированных социальных сетей.

В третьей главе диссертации, **«Имидж социальной сети как стратегический аттрактор пользователей “ВКонтакте”»** исследуется роль имиджа социальной сети в привлечении пользователей и формировании их лояльности.

Одной из ключевых концепций, позволяющих, по мнению автора, эффективно управлять образом и восприятием сообщества, является концепция управления восприятием (perception management), которая предоставляет инструменты для активного формирования и управления образом группы людей в глазах общественности в рамках политики «мягкой силы» (soft power), которая часто используется в маркетинге, политике, общественных отношениях и других областях, где важно сформировать положительное восприятие у целевой аудитории.

Четвертая глава **«Бренд как основной информационный актив социальной сети “ВКонтакте”»** посвящена исследованию бренда «ВКонтакте» как ключевого элемента его стратегии продвижения.

В **заключении** работы подводятся основные итоги исследования, выделяются ключевые выводы, подтверждающие значимость бренда и имиджа для продвижения социальных сетей на международной арене. Приводятся рекомендации для дальнейших исследований и практического применения полученных результатов.

Рассмотрение диссертации Людмилы Игоревны Начаровой позволяет заключить, что данная работа представляет собой состоявшийся научный труд, она самостоятельна, оригинальна, обладает научной новизной, теоретической значимостью и практической ценностью.

Вместе с тем, хотелось бы получить некоторые разъяснения и комментарии автора по поводу следующих **замечаний**:

1. Чем вызвано изобилие зарубежных авторов в тексте диссертации, тогда как речь идет о сетевых ресурсах отечественного генезиса?
2. Хотелось бы уточнить: насколько правомерно привлечение политологических методик для анализа эмпирических подробностей деятельности П. В. Дурова и его ресурсов? Здесь на первой позиции Бернар Латур.
3. Хотелось бы выяснить теоретическую связь между понятиями «управление восприятием» и «манипуляция».

4. Стоит ли считать биографию П.В. Дурова «Код Дурова» (автор – Николай Кононов) научно достоверным изданием? А самого «героя» - образцом для подражания?
5. Как-то пропал из поля зрения автора диссертации младший брат П.В. Дурова Николай, который и по базовому образованию, и по профессиональной деятельности был и остается главным поставщиком идей и моделей функционирования для сетевых ресурсов старшего брата.
6. Некритичное отношение к образу и личности П.В. Дурова порождает расфокусировку взгляда исследовательницы на его деяния как с точки зрения закона, так и с морально-технической точки зрения. Не считаете ли Вы, что его поведение намеренно носит скандальный, провокативный характер?
7. Хотелось бы узнать: чем полуструктурированное интервью отличается от обычного?
8. Нецелесообразней ли было бы перенести весь фрагмент с интервью 18 человек в приложения?
9. К этому можно присовокупить ряд мелких опечаток, которые не наносят ущерба визуальному образу диссертации.

Тем не менее высказанные вопросы и замечания не влияют на высокую положительную оценку работы.

Содержание автореферата отвечает основным моментам в диссертационном исследовании. Идеи и теоретические изыскания исследовательницы неоднократно были апробированы в ходе ряде научных мероприятий солидного статуса. По теме исследования Л. И. Начарова опубликовала 8 научных работ, из которых 5 имеют непосредственное отношение к изысканиям автора и относятся к перечню ВАК. Общий объем привлеченной и использованной литературы составляет 268 позиций.

Заключение о соответствии диссертации установленным критериям.

Диссертационное исследование представляет собой самостоятельное, цельное, законченное научное исследование, имеющее теоретическую значимость, практическую ценность, обладающее актуальностью, научной новизной и достоверностью полученных результатов, и вносит существенный вклад в развитие науки о журналистике, массовой коммуникации и филологии.

Представленная диссертация продолжает исследования по медикоммуникациям и медиалингвистике и предлагает новый подход к осмыслению коммуникационных стратегий в параметрах современной медиареальности.

Диссертация «Продвижение социальной сети «ВКонтакте» в российской и международной медиасфере (PR, имидж, бренд)» соответствует требованиям п. 4.15 раздела IV Положения о совете по защите диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утверждённого учёным советом РУДН 22.01.2024 г., протокол № УС-1, а её автор, Начарова Людмила Игоревна заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9 - медиакommunikации и журналистика (филологические науки).

Доктор филологических наук (10.01.10-журналистика),
специальность – 10.01.10 – журналистика, доцент
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»,
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», кафедра
телерадиожурналистики, профессор

Сергей Николаевич Ильченко

Адрес: 199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26

Тел.: +7 (812) 3636 184

E-mail: pr.dept@jf.pu.ru

3 марта 2025 г.

Подпись доктора филологических наук, профессора С.Н. Ильченко удостоверяю:

ЗАМЕСТИТЕЛЬ НАЧАЛЬНИКА
УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВ ГЛАВНОГО
УПРАВЛЕНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ



Криволап И.П.
03.03.2025г.