

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА ПДС 0500.007
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ ПАТРИСА
ЛУМУМБЫ» ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 4 апреля 2025 г., протокол № 101

О присуждении Начаровой Людмиле Игоревне, гражданке РФ, ученой
степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Продвижение социальной сети “ВКонтакте” в российской и международной медиасфере (PR, имидж, бренд)» по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика в виде рукописи принята к защите 21.02.2025, протокол № 97, диссертационным советом ПДС 0500.007 федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» (РУДН) Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.; приказ от 13 февраля 2023 года № 65).

Соискатель Начарова Людмила Игоревна, 29.01.1987 года рождения, гражданка России, в 2009 году окончила ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» с дипломом специалиста коммерции в области внешнеэкономических связей со знанием иностранных языков по специальности «Коммерция (торговое дело)» (38.00.00. Экономика и управление). В 2021 году прошла профессиональную переподготовку по специальности «преподаватель иностранных языков и культур (английский язык)» (03.32.00. Иностранный язык) в ФГБОУ ВО «Московский государственный лингвистический университет им. Мориса

Тореза».

С 01.09.2023 по 31.08.2025 прикреплена к ОЧУ ВО «Московский университет имени А.С. Грибоедова» для подготовки диссертации на соискание ученой степени кандидата наук научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

В период подготовки диссертации Л.И. Начарова работала преподавателем кафедры иностранных языков Института базового образования в ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС» (с 01.02.2022 по 15.02.2024), преподавателем кафедры иностранных языков №1 Высшей школы социально-гуманитарных наук в ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (с 01.10.2024 по настоящее время), и по совместительству также - в ОЧУ ВО «Московский университет имени А.С. Грибоедова» в должности старшего преподавателя кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы факультета журналистики (с 01.09.2023 по настоящее время).

Диссертация выполнена на кафедре журналистики, медиакоммуникаций и рекламы факультета журналистики ОЧУ ВО «Московский университет имени А.С. Грибоедова».

Научный руководитель - доктор филологических наук (10.01.01. - Русская литература), профессор, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики и литературы факультета журналистики Московского университета имени А. С. Грибоедова Кихней Любовь Геннадьевна.

Официальные оппоненты:

- **Ильченко Сергей Николаевич**, гражданин РФ, доктор филологических наук (10.01.10. - Журналистика), доцент, профессор кафедры тележурналистики института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»;

- **Музыкант Валерий Леонидович**, гражданин РФ, доктор социологических наук (22.00.04. - Социальная структура, социальные

институты и процессы), профессор, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»;

- **Шестерина Алла Михайловна**, гражданка РФ, доктор филологических наук (10.01.10. - Журналистика), профессор, профессор Высшей школы (факультета) телевидения федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университета имени М.В. Ломоносова»

дали положительные отзывы о диссертации.

Соискатель имеет 9 опубликованных работ по теме диссертации, из них 5 статей, опубликованных в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных «Перечнем РУДН» и «Перечнем ВАК РФ» общим объемом 4,59 п.л., из них авторских – 4,59 п.л.

Авторский вклад 100%.

Наиболее значимые публикации:

Перечень ВАК РФ (ИФ выше 0,1)

1. Начарова Л.И. Роль бренда в продвижении социальной сети «ВКонтакте» // Казанская наука. 2024. №1. С. 255–259.

2. Начарова Л.И. Событийный маркетинг как эффективный инструмент рекламной кампании социальной сети «ВКонтакте» // Litera. 2024. № 2. С. 230–236.

3. Начарова Л.И. Мессенджеры: новые медиа или эволюционный этап развития социальных сетей? // Мир науки, культуры, образования. 2024. №2 (105). С. 496–499.

4. Начарова Л.И. Управление восприятием как подход к оптимизации имиджа социальной сети «ВКонтакте» // Неофилология. 2024. Т. 10. № 3. С. 711–722.

5. Начарова Л.И. Традиционные рекламные инструменты в PR-стратегии социальной сети «ВКонтакте» // Litera. 2025. № 1. С. 74–84.

Статьи, опубликованные в сборниках международных конференций, входящих в перечень РИНЦ:

6. Начарова Л.И. Продвижение социальной сети «ВКонтакте» в условиях современной межкультурной коммуникации // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере. Материалы XVI Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 15–16 ноября 2023 г.). М. – Пенза: Пензенский государственный технологический университет. 2023. С. 251-258.

7. Начарова Л.И. О важности социальной функции рекламы при разработке кампании продвижения социальной сети «ВКонтакте» в парадигме современных кросс-культурных отношений // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере. Материалы XVII Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 22–23 апреля 2024 г.). М. – Пенза: Пензенский государственный технологический университет. 2024. С. 164-174.

8. Начарова Л.И. О важности логотипа для формирования имиджа социальной сети «ВКонтакте» в условиях современной межкультурной коммуникации // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере. Материалы XVII Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 22–23 ноября 2024 г.). М. – Пенза: Пензенский государственный технологический университет. 2024. С. 172-185.

9. Начарова Л.И. Эволюция бренда социальной сети «ВКонтакте»: исторический, системный анализ и перспективы глобального развития // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере. Материалы XVII Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 22–23 ноября 2024 г.). М. – Пенза: Пензенский государственный технологический университет. 2024. С. 157-172.

На автореферат диссертации поступили положительные отзывы. В них отмечается, что диссертационное исследование Л. И. Начаровой представляет собой самостоятельное, оригинальное, целостное и завершенное научное исследование, которое имеет теоретическую значимость, практическую ценность, отличается актуальностью и научной новизной, содержит достоверные полученные результаты и вносит существенный вклад в развитие теории коммуникаций, журналистики и массовых коммуникаций.

Отзывы поступили от:

Брызгаловой Елены Николаевны, гражданки РФ, доктора филологических наук (10.01.01. Русская литература), профессора, заведующего кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью филологического факультета федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Тверской государственный университет» (г. Тверь). **Отзыв положительный, замечаний нет;**

Кругловой Татьяны Сергеевны, гражданки РФ, доктора филологических наук (10.01.01. Русская литература), директора автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Институт гуманитарного образования и тестирования» (г. Москва). **Отзыв положительный, замечаний нет;**

Цицинова Андрея Юрьевича, гражданина РФ, кандидата филологических наук (10.01.10. Журналистика), заместителя главного редактора «ТАСС» (г. Москва). **Отзыв положительный, замечаний нет.**

Выбор официальных оппонентов обосновывается их высокой квалификацией, наличием научных трудов и публикаций, соответствующих теме оппонируемой диссертации.

Доктор филологических наук, доцент **С. Н. Ильченко** – ведущий специалист в вопросах изучения современного российского и международного информационного пространства, председатель Санкт-Петербургского отделения Российского творческого Союза работников культуры, главный редактор газеты «Культурный Петербург», профессор СПбГУ. Авторитетный

ученый, сферой научных интересов которого является исследование стратегий управлением восприятием и интерпретациями в современном онлайн-пространстве. Исследователь интернет-коммуникации в медиaprостранстве, вопроса о трендах новой журналистики и медиасферы.

Основные публикации Ильченко Сергея Николаевича по тематике диссертационного исследования:

1. Ильченко С.Н. Газлайтинг: трансформация манипуляции от частного к общему в практике современных медиа // Гуманитарный вектор. 2023. Т. 18. № 3. С. 153-163.

2. Ильченко С.Н. Россия vs Европа: версия Н.Я. Данилевского. Возможности современной медиальной интерпретации // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 878-885.

3. Дятлова А.Е., Ильченко С.Н. Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 989-997.

4. Ильченко С.Н., Латенкова В.М. Сетевое информационное пространство как источник дезинформации // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2021. № 1 (68). С. 174-180.

5. Ильченко С.Н. Фейк и реальность нашего времени // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16. № 4. С. 189-192.

Доктор социологических наук, профессор **В. Л. Музыкант** – известный ученый, крупный специалист в области брендинга, пиара, стратегий продвижения товаров в информационной среде. Автор ряда монографий и большого количества публикаций в области маркетинга, стратегий продвижения, имиджологии, современных российских и зарубежных медиаплатформ. Является многократным победителем профессиональных конкурсов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) в области связей с общественностью. По данным РИНЦ 2016 г. входит в Топ-50 самых цитируемых российских учёных (массовая коммуникация, средства массовой информации).

Основные публикации Музыканта Валерия Леонидовича по тематике диссертационного исследования:

1. Музыкант В.Л., Ху Ж. Особенности освещения китайскими медиа специальной военной операции (СВО) на Украине // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13. № 1. С. 52-68.

2. Кунич З., Музыкант В.Л., Панасенко Н. Особенности формирования имиджа России на медиаплатформах Сербии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27. № 1. С. 171-188.

3. Музыкант В.Л. Фейковые новости как современный медиафеномен (Рец. на кн.: Muqsith Munadhil Abdul. Fake News and Pandemic Communication. Indonesia, CV Amer-ta Media, 2022. ISBN: 978-623-419-167-7. 164 с.) // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 3. С. 636-642.

4. Кунич З., Музыкант В.Л. Имидж Сербии в российских СМИ с точки зрения языковых приемов и его влияние на двусторонние отношения между двумя государствами в эпоху пандемии COVID-19 (2020–2022 гг.) // Litera. 2022. № 3. С. 12-20.

Доктор филологических наук, профессор **А. М. Шестерина** – известный ученый, видный исследователь в области медиакоммуникаций. Глава научной школы занимающейся изучением актуальных проблем развития современных медиа, в том числе социальных сетей. Автор монографий по интернет-журналистике и медиакоммуникациям в современном мире. А.М. Шестерина является членом экспертного совета научно-образовательного проекта «Медиаэкология киберпространства», руководителем мультимедийного проекта «Медиапсихология» и экспертом научно-исследовательского проекта «Влияние цифровых коммуникаций на формирование профессиональной культуры молодежи» Института эффективного государства и гражданского общества Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Основные публикации Шестериной Аллы Михайловны по тематике диссертационного исследования:

1. Зверева Е.А., Каминская Т.Л., Шестерина А.М. Событийный медиадискурс «Ситуация с Телеграм» в аспекте национальных ценностей // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13. № 4. С. 683-709.

2. Шестерина А.М. Средства привлечения и удержания внимания в персонализированных видеоблогах демонстрационного типа // Неофилология. 2024. Т. 10. № 4. С. 977-986.

3. Гуськова С.В., Шестерина А.М. Технологии распространения фейковых новостей в массмедиа и способы их верификации: лингвистический аспект // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 618-629.

4. Шестерина А.М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 931-939.

5. Шестерина А.М. Аудитория видеоблогов как криейтор медиадискурса // Вопросы журналистики, педагогики, языковедения. 2022. Т. 41. № 4. С. 662-669.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных исследований соискатель:

1) **обосновал** понятие феномена социальной сети, **изучил** специфику ее внутренней организации и типологию;

2) **исследовал** теоретические и практические основы PR-кампаний, используемых для продвижения социальных сетей в российской и международной практике. **Оценил** их применимость и потенциальное влияние на связи с общественностью «ВКонтакте»;

3) **проанализировал** механизмы формирования и поддержания имиджа социальной сети «ВКонтакте» в российском и международном информационном пространстве и **выявил** актуальный имидж изучаемой социальной сети среди ее реальных и потенциальных пользователей;

4) **уточнил** основные характеристики феномена бренда и **вычленил** ключевые стратегии и инструменты, которые используются для усиления узнаваемости и значимости бренда «ВКонтакте» в российской и международной медиасфере;

5) **проанализировал** становление и эволюцию сообщества «ВКонтакте» и на этом основании **разработал** и **предложил** актуальные рекомендации по усилению позиций «ВКонтакте» в российской и международной медиасреде.

Научная новизна исследования заключается во введении в научный оборот *авторской модели* типологии социальных сетей. В работе

систематизированы теоретико-методологические подходы к изучению онлайн-сообществ и на основании проведенного анализа современных дефиниций феномена социальных сетей *уточнено* определение термина «социальная сеть».

Автором *впервые* проведен сравнительный анализ инструментов продвижения с одной стороны, товаров, услуг, медиаканалов и, с другой стороны, – социальных сетей; в итоге, выявлены ключевые различия и сходства инструментов продвижения в зависимости от вышеуказанных объектов. *Обоснованы* методы продвижения, соответствующие специфической природе социальных сетей.

В работе вычленены специфические характеристики социальной сети «ВКонтакте», проведен системный анализ PR-стратегий, применяемых для продвижения этой платформы в условиях современной российской и мировой медиасферы, а также инструментов мягкой силы, направленных на управление восприятием пользователей исследуемого сообщества.

На базе проведенного исследования исторического развития сообщества «ВКонтакте» обоснованы ключевые ценности бренда, а также его отличительные черты по сравнению с брендами конкурентов. Предложены способы усиления бренда «ВКонтакте», определены основные факторы, влияющие на успешность его продвижения. Разработаны практические рекомендации по улучшению стратегий продвижения «ВКонтакте», основанные на проведенном анализе и выявленных тенденциях развития современной российской и международной информационной среды.

Теоретическая значимость исследования работы заключается в том, что в рамках исследования был выработан авторский алгоритм анализа социальных сетей (с учетом достижений ряда научных практик - медиа, журналистики, филологии, семиотики, социологии, психологии, экономики, культурологии). Такой многовекторный анализ дополняет и расширяет свод научных знаний в области специфики и типологии социальных сетей, а также инструментов их продвижения с учетом специфики их природы как гибрида товара, услуги и медиаканала.

Основные выводы и материалы работы имеют большое

методологическое и научно-практическое значение как для дальнейшего научного исследования феномена социальных сетей, их типологии и инструментов продвижения в российской и международной медиасфере, так и для разработки лекционных курсов по современным медиа и журналистике в рамках филологических и медиаориентированных отделений высшей школы.

Научно-практическую ценность представляют выявленные принципы и методы управления восприятием пользователей социальных сетей, которые могут стать основой для разработки и внедрения эффективных стратегий по оптимизации имиджа и бренда подобных платформ. Предложенные практические рекомендации способствуют повышению эффективности кампаний взаимодействия с аудиторией и формированию положительного общественного мнения, что делает их применимыми в области продвижения онлайн-платформ, обеспечивая укрепление их позиций в конкурентной среде. Результаты исследования представляют ценность для специалистов, занимающихся управлением брендом и продвижением социальных сетей.

Высокая **степень достоверности** положений и выводов диссертационного исследования достигается:

- совокупностью различных методов исследования;
- обоснованной аналитической и критической оценкой значительного ряда теоретических источников на русском и английском языках;
- аргументированной системой доказательств ключевых положений работы и солидной апробаций результатов исследования;
- комплексным методологическим подходом, реализованным в диссертации, позволяющим прийти к выверенным и релевантным выводам;
- апробацией основных положений исследования в ряде выступлений с докладами на 5-и международных конференциях, а также их публикацией в изданиях ВАК РФ и РУДН (5 статей), а также в материалах научных конференций (4 статьи);
- внедрением результатов диссертационного исследования в преподавательскую практику при чтении дисциплин по медиакоммуникации на факультете журналистики в Московском университете имени А.С. Грибоедова в 2023-2024 и 2024-2025 годах.

Личный вклад соискателя состоит в:

1) систематизации теоретико-методологических подходов к изучению онлайн-сообществ;

2) уточнении определения феномена «социальная сеть»;

3) разработке оригинальной авторской типологии социальных сетей;

4) выдвижении и подтверждении гипотезы о том, что успешное продвижение социальной сети «ВКонтакте» возможно при условии комплексного подхода к связям с общественностью (PR), имиджу и бренду, основанного на глубоком понимании целевой аудитории и специфики современного цифрового пространства;

5) непосредственном участии соискателя в получении исходных данных для анализа эмпирических данных исследования, в том числе разработки релевантного списка вопросов, проведения и анализа журналистских интервью с целью выявления актуального имиджа «ВКонтакте»;

6) анализе, обработке и интерпретации полученных данных;

7) апробации и внедрении результатов исследования в преподавательскую практику при чтении лекционных курсов и проведении практических занятий с обучающимися кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы факультета журналистики ОЧУ ВО «Московский университет имени А.С.Грибоедова» дисциплин медийного цикла;

8) подготовке к публикации и опубликованию основных результатов и материалов работы, апробации выводов и основных положений диссертации в докладах на международных научных конференциях.

Диссертация представляет собой самостоятельное, оригинальное, целостное и завершенное научное исследование, которое имеет теоретическую значимость, практическую ценность, отличается актуальностью и научной новизной, обладает достоверностью полученных результатов и вносит значимый вклад в решение научной задачи, имеющей значение для развития медиа, журналистики и современной филологии.

Заключение диссертационного совета подготовлено членами

экспертной комиссии диссертационного совета: председатель – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» Грабельников А.А.; члены комиссии: доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русской и зарубежной литературы филологического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» Пинаев С.М., доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и телевизионных технологий института социальной инженерии ФГБОУ ВО «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)» Готовцева А.Г.

На заседании 4 апреля 2025 года диссертационный совет принял решение присудить Начаровой Людмиле Игоревне ученую степень кандидата филологических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 10 человек, из них 4 докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 13 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – 10, против – 0, недействительных бюллетеней – 0.

Председатель диссертационного совета
ПДС 0500.007



Трофимова Г.Н.

Ученый секретарь диссертационного совета
ПДС 0500.007



Расторгуева Н.Е.

04 апреля 2025 г.