

ОТЗЫВ

официального оппонента

о диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук Бабаевой Айсулу Айсовны

на тему: «Вирусный контент в социальных сетях как инструмент вовлечения (структурно-функциональные, жанрово-тематические и стилистические закономерности создания и реализации)»

по специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

Диссертация Бабаевой Айсулу Айсовны посвящена изучению специфики функционирования вирусного контента в современных социальных сетях в аспекте вовлечения аудитории.

Актуальность темы исследования не вызывает сомнения. Она обусловлена развитием социальных медиаресурсов, в частности социальных сетей, а также высокой степенью конкурентности этого канала распространения информации. Вопрос о вовлечении аудитории в потребление конкретного медиаконтента звучит сегодня особенно остро для публикаторов разного уровня – от частных до представителей медиа и других организаций. И именно вирусный контент нередко становится эффективным инструментом такого вовлечения. Наряду с этим, существует проблема, которая заключается в слабой изученности особенностей вирусного контента. Айсулу Айсовна в своем исследовании предпринимает успешную попытку, проанализировав и систематизировав существующие медиапрактики на структурно-функциональном, жанрово-тематическом и стилистическом уровне.

Актуальность и значимость исследования подкрепляется не только важностью изучения вирусного контента в аспекте медиапродвижения, но и той ролью, которую сетевые медиа вообще и социальные в частности играют в жизни современного человека. По результатам исследования «Медиалогии», среднестатистический россиянин проводит сегодня перед

экраном почти восемь часов в сутки. А самый популярный канал медиapotребления – социальные сети (только 5% россиян в 2021 году не имели опыта обращения к социальным сетям). Вирусный контент в этом аспекте становится именно той формой, которая получает максимальное распространение в этой среде. Вот почему так важно понять, какие формально-содержательные смыслы он несет аудитории.

Исследование Бабаевой Айсулу Айсовны обладает четкой структурой, позволяющей в полной мере оценить его результаты. Диссертационное исследование объемом 172 страницы включает в себя введение, три главы, заключение и приложения. Список использованных источников насчитывает 267 единиц.

Во введении скрупулезно и точно прописан объект и предмет исследования, определены цель и задачи, сформулированы ключевые понятия диссертации, гипотеза, обозначены положения, выносимые на защиту.

В первой главе работы **«Становление новых медиа в России, особенности контента»** автор формулирует ключевые параметры изучаемой среды как в ретроспективе, так и с позиций современности. Это позволяет соискателю определить значимые механизмы функционирования вирусного контента, причины его популярности. Особый интерес в этом разделе представляет третий параграф **«История и особенности вирусного контента»**, где автор рассматривает примеры наиболее удачных вирусных кампаний, аккумулирующие наиболее результативные подходы. Это, наряду с обобщением данных исследований, позволяет автору конкретизировать основные особенности вирусного материала: эмоциональность, причастность, узнаваемость, полезность, визуальную привлекательность и другие.

Логичным продолжением анализа, представленного в первой главе, является вторая глава диссертации **«Social media marketing (SMM) в системе новых медиа»**. В этой главе Айсулу Айсовна убедительно доказывает значимость пользовательского контента для современных

медийных практик, с опорой на исследования особенностей сетевой аудитории и типы социальных сетей формулирует тренды развития такого типа контента. Здесь же выделяются основные тренды развития социальных медиа, объясняющие особенности вирусного контента и во-многом предопределяющие их. Наибольший интерес в этой части исследования представляет анализ контента, который классифицируется автором по четырем уровням: информационному, развлекательному, доходному и реляционному. Каждый из этих типов контента получает подробную характеристику, что важно в аспекте основной цели исследования. Важно и то, что соискателю удастся убедительно доказать доминирование развлекательного контента в социальных медиа. Относительно трех других типов контента автор делает значимый вывод, что они требуют «наличия красивой упаковки, состоящей из цепляющего визуала, нативной истории с реальными героями и максимально «живого» стиля написания текста». Это вполне согласуется с результатами исследований. Проведенных в рамках когнитивной парадигмы и доказывающих, что с точки зрения формирования интереса для современной аудитории форма важнее содержания.

Однако представляется весьма ценным, что и содержание подвергается скрупулезному анализу как в ходе всего исследования, так и максимально пристально в третьей главе диссертации **«Создание вирусного контента для социальных сетей на примерах»**. В этой главе осуществляется анализ контента Правительства Москвы, «Яндекс», РУДН. В практическом аспекте именно этот раздел диссертации представляет наибольший интерес. В теоретическом же плане он содержит убедительные доказательства как тезисов, изложенных автором ранее, так и тезисов, сформулированных в третьей главе.

Важно, что исследование ресурсов ведется с опорой на точно сформулированные и прозрачные параметры. Это позволяет автору выявить как общие принципы создания и распространения вирусного контента, так и его особенности, продиктованные спецификой автора-транслятора. Особым достоинством этого раздела диссертации можно считать выбор

эмпирической базы, позволяющей рассмотреть анализируемое явление в контексте функционирования очень разных структур – органов государственной власти, представителей бизнес-сообщества и образовательных учреждений. Совпадающие хронологические рамки исследования позволяют автору провести корректное сопоставление источников.

Выводы, к которым приходит А.А. Бабаева в заключении, соответствуют основным положениям диссертации, а также актуализируют содержание научной работы.

Достоверность результатов исследования Бабаевой Айсулу Айсовны не вызывает сомнения и подтверждается рядом его характеристик. Во-первых, изучение текущего состояния вирусного медиаконтента ведется с опорой на солидный теоретический фундамент. Автор обобщает, систематизирует широкий круг работ отечественных и зарубежных авторов, релевантный поставленным в исследовании задачам. Во-вторых, Айсулу Айсовной Бабаевой избрана адекватная методология, сформированная с опорой на теоретические, экспериментальные и эмпирическо-теоретические методы, что позволяет автору изучить предмет анализа стереоскопически, всесторонне. В-третьих, материал исследования можно оценить как достаточный для получения достоверных результатов: автор пристально и скрупулезно проанализировал 1221 публикацию, что представляется более чем достаточным для решения сформулированных во введении задач. В итоге все тезисы в исследовании оказываются подтвержденными, а выводы – обоснованными.

Рецензируемая работа имеет серьезную **теоретическую и практическую ценность**. Теоретическая значимость исследования заключается в теоретизации и систематизации вирусного контента в социальных сетях с позиций медиаведения. Результаты исследования представляют немалый интерес для ученых, занимающихся исследованием социальных медиа и вопросами эффективности продвижения медиаконтента в высококонкурентной среде. В работе собраны и систематизированы

сведения о вирусном контенте в современных социальных сетях в аспекте их возможностей и преимуществ для продвижения информации о разного рода организациях, что, безусловно, является актуальным для текущего этапа развития цивилизации. Кроме того, предложена методика анализа такого рода контента, которая может быть учтена исследователями применительно к любому типу контенту, распространяемому в социальных медиа.

Практическая ценность исследования связана с тем, что полученные результаты могут быть использованы для формирования более обоснованного подхода к созданию и распространению вирусного контента со стороны практиков. Также результаты исследования найти применение в ходе преподавания дисциплин журналистского цикла, а также в учебном процессе факультетов журналистики, рекламного дела, маркетинга и других смежных направлений и специальностей при чтении лекций, проведении спецсеминаров и разработке программ, учебно-методической литературы, при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.

Основные положения диссертации прошли достаточную **апробацию**: по результатам исследования опубликованы 7 статей, индексируемых в международных реферативных базах данных Scopus и Web of Science (1), в рецензируемых научных журналах из перечня ВАК и РUDN (3) и в других научных журналах (3). Наиболее значимые положения исследования получили адекватное отражение в автореферате.

В порядке научной дискуссии хотелось бы задать диссертанту следующие вопросы:

1. Поясните, пожалуйста, почему Вы не стали рассматривать в работе видеохостинг YouTube? По результатам многочисленных исследований, видеоконтент в целом доминирует в сетевой среде со значительным отрывом от другого типа контента. Кроме того, именно контент YouTube, по данным «Медиалогии», чаще всего распространяется пользователями в других социальных сетях. Связан ли отказ от анализа контента YouTube со спецификой работы анализируемых организаций, или он мотивирован другими причинами?

2. В вопросе продвижения контента мы нередко обнаруживаем конфликт интересов пользователя и рекомендательных алгоритмов (например, пользователи отдают предпочтение коротким видео, тогда как алгоритмы активнее продвигают длинный контент). Какие рекомендации можно дать относительно вирусного контента? Что важнее – интересы аудитории или работа алгоритмов?

3. В самой работе и во втором положении, выносимом на защиту, вводится понятие «комментарийный посев». Очевидно, что активное комментирование способствует продвижению контента. Но какие качества медиатекста будут содействовать самому активному комментированию? Очевидно, что при наличии технической возможности комментирования аудитория далеко не всегда пользуется ею. Видимо, некоторые тексты вызывают желание вступить с ними в интерактивное взаимодействие, а некоторые – нет. Попросим диссертанта конкретизировать текстовые параметры, способные стимулировать интерактивность.

Все вопросы и замечания являются дискуссионными, они не затрагивают положений и научных результатов своевременного, оригинального и актуального исследования, не влияют на общее впечатление от диссертации.

Диссертационное исследование Бабаевой Айсулу Айсовны на тему: «Вирусный контент в социальных сетях как инструмент вовлечения (структурно-функциональные, жанрово-тематические и стилистические закономерности создания и реализации)» является законченной научно-квалификационной работой, в которой содержится новое решение научной проблемы функционирования вирусного контента в социальных сетях, имеющей важное значение для специальности 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика».

Работа соответствует требованиям, предъявляемым 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», утвержденного Ученым советом РУДН протокол № 12 от 23.09.2019г., а её автор, Бабаева Айсулу Айсовна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика».

Официальный оппонент: доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и телевидения Высшей школы (факультета) телевидения

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В.

Ломоносова» (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и телевидения Высшей школы (факультета) телевидения
Алла Михайловна Шестерина
подпись
4.12.2019

Алла Михайловна Шестерина

Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет

имени М.В. Ломоносова» (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

Индекс, почтовый адрес места работы: 119234, Российская Федерация, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 51

Телефон, рабочий: +7 (495) 939-44-61

E-mail: shesterina8@gmail.com

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой диссертации и их дальнейшей обработкой, не возражаю.

Декан Высшей школы

(факультета) телевидения

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет

имени М.В. Ломоносова» (МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)



В.Т. Третьяков
В.Т. Третьяков