

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Янукян Дианы Эдуардовны на тему: «Специфика продвижения личного дизайнерского бренда в социальных медиаресурсах», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Для отечественной науки исследование специфики продвижения бренда является относительно новой проблематикой. Она требует не только рассмотрения особенностей PR-инструментария, но и комплексного междисциплинарного исследования феномена брендинга.

В исследовании представлена рабочая гипотеза о том, что для брендов модной индустрии омоложение аудитории и изменение ее медиапредпочтений неизбежно приводит к вовлечению в коммуникации таких инновационных медиаресурсов, как социальные сети, представляющих эффективные медийные средства для продвижения личных дизайнерских брендов, которая успешно доказана исследователем. Междисциплинарный характер работы предопределил применение методов медиаведческого исследования: лингвистического, культурно-исторического, компаративистского и историко-типологического анализа. При изучении социальных сетей использовался контент-анализ, а также вторичный анализ данных, полученных в результате исследований другими авторами. Руководствуясь принципами объективности и историзма, была проанализирована специфика развития социальных сетей во временной последовательности, в их причинно-следственной связи и в контексте истории изучаемого феномена, учитывая при этом последние достижения современной (науки) медиалогии.

В работе впервые был проведен анализ крупных личных брендов в модной индустрии, также рассмотрены такие важные аспекты, как влияние

аудитории на формирование личного бренда и эффективность интернет-платформы «ВКонтакте» в качестве инструмента продвижения.

Все вышесказанное определило теоретическую и практическую ценность проведенного Янукян Д.Э. исследования.

Работа прошла достойную апробацию, в ней представлен внушительный список источников, с опорой на эмпирический материал проведен качественный статистический анализ.

В целом диссертационное исследование Янукян Д.Э. «Специфика продвижения личного дизайнерского бренда в социальных медиаресурсах» является качественным завершенным научным исследованием соответствующим всем требованиям «О порядке присуждения ученых степеней» (пп. 9-14), утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 (в редакции от 11.09.2021 г.). Соискатель заслуживает присуждения ей искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

кандидат филологических наук
(научная специальность 10.01.10 – журналистика)
первый заместитель главного редактора
газеты «Кубань сегодня»



Марина Владимировна Адамова

«16» ноября 2022 г.

Контактная информация:

Адрес: 350007, г. Краснодар,

ул. 2-й Нефтезаводской проезд, д. 1

E-mail: mariadam25@mail.ru

Тел.: +7(918)430-55-56

Web-сайт места работы: <https://kubantoday.ru/>

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

Подпись *Владимир М. В. Подпись* *Адамова М. В.*