

## РЕЦЕНЗИЯ

на магистерскую диссертацию Жубрина Никиты Александровича  
«Продвижение музыкального проекта через социальные медиа»

В магистерской диссертации предпринята интересная попытка рассмотреть современное состояние, структуру и особенности социальных медиа в контексте продвижения музыкальных проектов сферы шоу-бизнеса. Подробно рассмотрены специфика социальных сетей, блогов и сервисов, инструменты Digital PR, а также механизмы работы с аудиторией.

Автором подробно описаны технологии формирования контента в социальных медиа, причем некоторые технологии продвижения, в частности, аудиоподкастинг, никогда ранее не были предметом научного дискурса в российской практике. Нельзя не согласиться с автором, который утверждает, что технологии продвижения в пространстве Web 2.0 меняются и совершенствуются столь быстро, что их повторное исследование с периодичностью раз в год будет иметь высокую степень научной актуальности.

Наиболее интересен раздел работы, посвященной основной теме диссертации – специфике продвижения музыкальных проектов в социальных медиа. Автором проделана серьезная аналитическая работа по выделению используемых социальных медиа, фиксации основного контента, информационной политике, периодичности новостных постов, смежных категорий SMM и контекстной рекламы, которые мы, соглашаясь с автором, готовы признать частью единой системы Digital PR. Выводы, к которым приходит автор, наглядно подтверждают, что успех любого современного проекта, не имеющего серьезного бюджета и направленного на молодежную целевую аудиторию, во многом обусловлен эффективностью работы в социальных медиа, грамотным распределением ресурсов и владением современными технологиями продвижения.

Интересны многие наблюдения и рекомендации автора по улучшению деятельности в социальных сетях и его методика оценки эффективности цифровых кампаний.

Чтение магистерской диссертации вызывает не только большой интерес, но и ряд вопросов. В частности, в структуре первой главы довольно большое место занимает обзор эволюции понятия «социальная сеть» и его места в структуре массовых коммуникаций. По нашему мнению, в серьезном

практическом исследовании, которым несомненно является диссертация Никиты Александровича, следовало бы сместить акцент в сторону современной проблематики. Также остается неясным, почему автор столь подробно останавливается на характеристике социальных медиа, как органичной составляющей системы средств массовой информации. Несмотря на то, что эта тема представляет научный интерес и рассматривается автором довольно подробно, она все же не является заявленным предметом диссертационного исследования.

Необходимо отметить некоторую небрежность автора в оформлении источников и некоторую нелогичность в формировании структуры диссертации. В частности, ряд понятий сферы PR, рассматриваемых в третьей главе, логичнее было бы в первую, теоретическую главу.

В целом же диссертация производит самое благоприятное впечатление, содержит много конкретной информации. Работа самостоятельна, все формальные требования (за исключением требования соблюдения объема) соблюдены.

Таким образом, магистерская диссертация Н.А. Жубрина заслуживает самой высокой оценки.

Рецензент,

Кандидат политических наук,  
CEO «Agility Agency»

Г.С. Спицын