

**Д03203-Халықаралық журналистика» мамандығы бойынша философия докторы (PhD) дәрежесіне іздену үшін ұсынылған
Қасымбекова Назира Муратбековнаның «Әлеуметтік желілердегі инфономика және маркетинг: стратегиясы, әдістері мен
құралдары (казактілді жарияланымдар бойынша)» тақырыбындағы диссертациялық жұмысына ресми**

РЕЦЕНЗЕНТТІҢ ЖАЗБАША ШІКІРІ

Р/н №	Өлшемшарттар	Өлшемшарттарға сәйкестігі (жауап нұсқаларының бірін сызу)	Ресми рецензенттің ұстанымына негіздеме (ескертулі курсивпен көрсету)
1.	Диссертация тақырыбының (бекіту күніне) ғылымның даму бағыттарына және/немесе мемлекеттік бағдарламаларға сәйкес болуы	1.1 Ғылымды дамытудың басым бағыттарына және/немесе мемлекеттік бағдарламаларға сәйкестігі: 1) диссертация мемлекет бюджетінен қаржыландырылатын жобаның немесе нысаналы бағдарламаның аясында орындалған (жобаның немесе бағдарламаның атауы мен нөмірін көрсету); 2) диссертация басқа мемлекеттік бағдарлама аясында орындалған (бағдарламаның атауын көрсету); 3) диссертация Қазақстан Республикасының Үкіметі жанындағы Жоғары ғылыми-техникалық комиссия бекіткен ғылым дамуының басым бағытына сәйкес (бағытын көрсету) келеді.	Диссертациялық жұмыс ғылым мен мемлекеттік бағдарламалардың білім беру, бұқаралық ақпарат құралдары, мәдениет және ақпарат салаларындағы басым бағыттарына сәйкес келеді. Диссертациялық жұмыс Қазақстан Республикасының келесі мемлекеттік бағдарламаларына сәйкес келеді: 023-2029 жылдарға арналған цифрлық трансформация, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласын және киберқауіпсіздікті дамыту тұжырымдамасы; 021-2025 жылдарға арналған «Кәсіпкерлікті дамыту» ұлттық жобасы; «Қазақстан Республикасында тіл саясатын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы»; азақстан Республикасында 2023-2029 жылдарға арналған жоғары білім мен ғылымды дамыту тұжырымдамасы (Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2024 жылғы 19 маусымдағы №93-азақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігінің 2025-2027 жылдарға арналған «Мәдениет және ақпарат саласындағы мемлекеттік саясатты қалыптастыру» бағдарламасы (2025 жылғы 10 қаңтар).

2.	Ғылым үшін маңыздылығы	Жұмыс ғылымға елеулі үлесін қосады/қоспайды , ал оның маңыздылығы ашылған/ашылмаған .	Диссертант Н.М. Қасымбекованың «8D03203-Халықаралық журналистика» білім беру бағдарламасы бойынша философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындаған «Әлеуметтік желілердегі инфономика және маркетинг: стратегиясы, әдістері мен құралдары (қазақтілді жарияланымдар бойынша)» тақырыбындағы диссертациялық жұмысы ғылымға елеулі үлес қосады. Диссертациялық жұмыс медиаэкономика мен цифрлық коммуникацияның 4 ғылыми бағытына сүйеніп, инфономика теориясы, мәдени өлшемдер теориясы, қажеттіліктер иерархиясы теориясы, қолдану және қанағаттану теориясы тұрғысынан қарастырылып, 2020-2025 жылдар аралығындағы қазақ тіліндегі ақпараттық-танымдық контенттер талданады. Telegram, әлеуметтік желілеріндегі қазақ тілінде контент өндірушілердің ақпаратпен жұмыс істеу тәжірибесі, маркетингтік стратегиялар мен инфономикалық құралдары қарастырылған. Диссертациялық жұмыста инфономика тұжырымдамасы медикеністік контекстінде жүйеленіп, қазақтілді онлайн контентке қолданылу ерекшеліктері нақты көрсетіледі. Контент өндіруші, дистрибьютор және тұтынушы арасындағы өзара қатынасты инфономикалық модельмен түсіндіреді. Жұмыста Instagram, Telegram, YouTube платформаларындағы қазақтілді жобалар (мысалы, Oy-Detox, Zhulduz Podcast, Nariqbi Live) контентін талдай отырып, аудиториямен өзара әрекеттесу, дерекке негізделген стратегиялар, көпарналы коммуникация, таргеттеу алгоритмдері сияқты құралдар тәжірибе жүзінде дәлелденген.
----	------------------------	---	---

		Зерттеудің ғылымға қосқан үлесін қарастыра отырып, мынадай ерекшеліктерін атап өтуді жөн санадық. Біріншіден, диссертант қазақтілді контент өндірушілердің экономикалық капиталы ұғымын енгізіп, оның жарнама мен аудитория тарту стратегияларындағы ықпалын көрсетеді. Екіншіден, қазақтілді Telegram-арналардың аудиториямен өзара әрекеттесуін сандық және сапалық тұрғыдан зерттеп, контент тарату мен аудиторияны ұстауда қандай әдістер тиімді екенін дәлелдеген. Үшіншіден, Instagram-дағы жарнама мәтіндеріндегі тілдік ерекшеліктер мен ұлттық танымға сай символдардың қолданылуы жүйеленген. Төртіншіден, автор әлеуметтік медиадағы контент өндірушілер үшін нақты ұсынымдар әзірлеп, оларды экономикалық тұрғыдан тиімді пайдалану туралы практикалық ұсыныстар берген. Осы аталған ерекшеліктер жұмыстың теориялық және практикалық салмағын айқын көрсетеді.
3.	Өзі жазу принципі	Өзі жазу деңгейі: 1) жоғары; 2) орташа; 3) төмен; 4) өзі жазбаған. Диссертациялық жұмыс автор тарапынан жоғары деңгейде орындалған. Ең алдымен тақырыптың теориялық негізін түсініп, оны қазақтілді медиакөңістікке бейімдеп талдауы, нақты тұжырымдар жасауы өзі жазу принципінің дәлелі болады. Диссертацияның теориялық базасы өзектілігі жоғары еңбектерді іріктеп алуынан байқалады. Ғылыми адалдық, дәлдік пен жүйелілік принциптері басшылыққа алынған. Диссертант талдаудың логикасын сақтай отырып, зерттеу кезеңдерін бірізділікпен жүргізген. Зерттеу барысында эмпирикалық мәліметтерді жинауда сауалнама, контент-талдау, сараптамалық бақылау секілді әдістер қолданылған.

		Ғылыми тіл нормалары, академиялық стиль мен дәйексөз беру ережелері сақталған.
4.	Ішкі бірлік принципі	Бүгінгі күні әлеуметтік желілер тек коммуникация аланы ғана емес, экономикалық құндылық жасайтын кеңістікке айналды. Инфономика – яғни, ақпараттың экономикалық актив ретінде қарастырылуы – халықаралық ғылыми ортада кеңінен қарастырылып келе жатқанымен, қазақтілді медиа контент контекстінде бұл мәселе әлі жүйелі зерттелмеген. Осы олқылықтың орнын толтыру жолында диссертант алғашқылардың бірі болып қазақтілді әлеуметтік медиадағы контенттің инфономикалық және маркетингтік аспектілерін бір арнада қарастырады. Автор Instagram, Telegram, YouTube секілді кең таралған платформаларда жұмыс істейтін қазақтілді жобалар контентінің ерекшеліктерін зерделей отырып, олардың жарнамалық табыс әкелу, аудитория тарту, мәдени және тілдік ерекшеліктерге бейімделу стратегияларын нақты мысалдармен негіздейді. Сонымен қатар, диссертант қазақ тілінде контент өндірудің экономикалық тиімділігі мен жарнама нарығындағы орнын, сондай-ақ көп арналы коммуникациялық стратегиялардың қалыптасуын ғылыми тұрғыда түсіндіреді. Бұл – отандық медианарықты дамытуға арналған ғылыми-тәжірибелік ұсыныстар жасау үшін аса өзекті. Жалпы алғанда, жұмыстың тақырыбы Қазақстандағы цифрлық медиа саласының даму трендтерімен тікелей байланыста және болашақ зерттеулер мен мемлекеттік медиасаясатты жетілдіру үшін өзекті.

	4.2 Диссертация мазмұны диссертация тақырыбын айқындайды: 1) айқындайды; 2) ішінара айқындайды; 3) айқындамайды. Диссертациялық жұмыста тақырыпта көрсетілген әрбір компонент – инфономика, маркетинг, стратегиялар, әдістер мен құралдар, ең бастысы казактілді контент – нақты теориялық негіздермен, салыстырмалы талдаулармен және эмпирикалық деректермен зерттелген. Бұл жұмыстың құрылымы мен мазмұнының тақырыппен толық сәйкестігін дәлелдейді. Автор контенттің экономикалық құндылығын, яғни инфономикалық капитал ретіндегі табиғатын қарастырып, оны monetization (ақшалай табыс табу) механизмімен байланыстырған. Диссертацияда контентті мақсатты аудиторияға бейімдеу, визуалды стиль, storytelling, нативті жарнама, аудиториямен кері байланыс сияқты маркетингтік стратегиялар мен құралдар егжей-тегжейлі сипатталады. Instagram, Telegram платформаларындағы контент арқылы жарнама, краудфандинг және демеушілік арқылы құндылық жасалатыны нақты талданған. Диссертацияда негізінен 2–3 негізгі жобаға (Ouz-Nariki Live) басымдық берілген. Бұл зерттеудің репрезентативтік аясын тарылтуы мүмкін.
4.3. Мақсаты мен міндеттері диссертация тақырыбына сәйкес келеді: сәйкес келеді; 2) ішінара сәйкес келеді; 3) сәйкес келмейді.	Диссертациялық жұмыс барысында қойылған міндеттер (теориялық базаны саралау, казактілді контенттің жағдайын талдау, заманауи маркетингтік құралдарды анықтау, аудиториямен өзара әрекет тәсілдерін сипаттау, ұсыныстар беру) жұмыстың жалпы мақсатына сай логикалық тізбекте құрылған. Бұл зерттеу процесінің құрылымдық бірізділігін қамтамасыз етеді. Зерттеудің мақсаты мен міндеттері нақты, казактілді контентпен шектелген. Мұның өзі тұжырым жасау үшін ыңғайлы.

Диссертацияның барлық бөлімдері мен ережелері логикалық байланысқан:		Жұмыстың кіріспе бөлімінде қойылған мақсат пен міндеттер, зерттеу нысаны мен пәні кейінгі тарауларда нақты теориялық негіздермен және эмпирикалық зерттеулермен дәйектеледі. Бұл – жұмыстың логикалық ілгерілеуін айқын көрсетеді. Бірінші тарауда инфономика мен маркетинг ұғымдарына қатысты теориялық негіздер қарастырылса, келесі тарауларда осы ұғымдардың нақты қазақтілді контент мысалдары арқылы жүзеге асырылуы көрсетілген. Екінші тарауда автор қазақтілді медиакеңістіктің ерекшеліктерін тілді қолдану, ұлттық код, аудитория талғамын нақты талдап, бұл факторлардың маркетингтік ықпалдастыққа қалай әсер ететінін көрсете алған. Контент түрлері (білім беру, ойын-сауық, ақпараттық, сараптамалық) жүйеленіп, әрқайсысының инфономикалық әлеуеті сипатталған. Үшінші тарауда инфономиканы дамытуға бағытталған бірнеше ұсыныстар (мысалы, жарнама берушілерге арналған аудиториялық дерек талдауы, контент құру алгоритмі, т.б.) ұсына отырып, жұмыстың тәжірибелік маңызын арттырған. Дегенмен қолданылатын маркетингтік құралдардың жүйеленген жіктемесі, олардың қай аудиторияға тиімдірек екені туралы диаграммалар немесе кестелер қосылғанда, тарау мазмұны күшейе түсер еді.
1) толық байланысқан;		
ішінара байланысқан;		
3) байланыс жоқ.		
4.5 Автор ұсынған жаңа шешімдер (қағидағтар, әдістер) дәлелденіп, бұрыннан белгілі шешімдермен салыстырылып бағаланған:		Диссертант теориялық тұжырымдарды талдау барысында қазақтілді әлеуметтік медиа контексінде бағалайды. Сондай-ақ танымал жобалардағы контенттің сапасы, аудиториямен байланыс формалары, ақпараттың сенімділігі мен мазмұндық құрылымына салыстырмалы талдау жасаған. Осы
1) сыни талдау бар;		
талдау ішінара жүргізілген;		

		3) талдау өз пікіріне емес, басқа авторлардың сілтемелеріне негізделген; 4) талдау жоқ.	тұста контент өндірудегі шығармашылық пен маркетингтік функцияның үлесімсіздігін сыни тұрғыдан сипаттаған. Диссертант жарнама мен инфономика арасындағы қайшылыққа қатысты аудитория сенімі мен мазмұны, жарнама әсерін де жақсы талдап көрсеткен. Алайда бұрыннан бар әдістер мен жаңа ұсынылған қағидағтарды салыстыра отырып, тұжырым жасағанда орынды болар еді.
5.	Ғылыми жаңашылдық принципі	5.1 Ғылыми нәтижелер мен ережелер жаңа ма? 1) толығымен жаңа; 2) ішінара жаңа (25-75% жаңа); 3) жаңа емес (жаңасы 25%-дан кем).	Диссертациялық жұмыстың ғылыми нәтижелері мен ережелері ішінара жаңа екенін дәлелдеу үшін бірқатар мәселелерге тоқталғанымыз жөн. Зерттеуде инфономика ұғымын қазақтілді медиакеңістікке бейімдеп қарастырған. Диссертанттың маркетингтік стратегияларды талдап, қазақтілді контент өнімдеріне мәдени және тілдік тұрғыдан талдауы жаңа деуге болады. Автордың ақпаратты экономикалық актив ретінде бағалауы, инфономикалық капитал деп көрсетуін жаңалық деп қабылдаймыз. Диссертациялық жұмыста толықтай жаңа ғылыми теориялар емес, бірақ бар концепцияларды ұлттық медиаконтексте жаңаша пайымдау арқылы ішінара жаңалыққа ие нәтижелер ұсынылған.
		5.2 Диссертацияның қорытындылары жаңа ма? 1) толығымен жаңа; 2) ішінара жаңа (25-75% жаңа); 3) жаңа емес (жаңасы 25%-дан кем).	Диссертациялық жұмыста инфономикалық капитал мен қазақтілді контенттің нарықтық құндылығы алғаш рет бірге қарастырылып, әлеуметтік желілердегі ақпараттың экономикалық мәні нақты жобалармен дәйектелген. Автор контенттің типтері мен аудиториямен өзара әрекеттесу формаларын қазақстандық әлеуметтік желі кеңістігіне бейімдей отырып жүйелейді. Жұмыстағы ұсыныстар (мысалы, қазақтілді инфлюенсерлерге арналған контент стратегиясы, ақпаратты коммерцияландыру

		5.3 Техникалық, технологиялық, экономикалық немесе басқару шешімдері жаңа және негізделген бе? 1) толығымен жаңа; 2) ішінара жаңа (25-75% жаңа); 3) жаңа емес (жаңасы 25%-дан кем).	тетіктері, аудитория анализі) нақты жобалар негізінде жасалған, және болашақ зерттеулер мен медиа практикалар үшін пайдалы нұсқаулар береді. Диссертациялық жұмыста ұсынылған басқару және маркетингтік шешімдер қазіргі қоғаммен байланыс пен инфономика арасындағы өзара байланысты ғылыми негізде қарастырады. Автор әлеуметтік желілердегі қазактілді контенттің инфономикалық әлеуетін саралай отырып, отандық медиа кеңістіктегі РР-стратегияларды бағалау мен жетілдіру жолдарын ұсынған. Жұмыстағы жаңалықтың бірі - қазактілді әлеуметтік желі паракшаларындағы маркетингтік коммуникация құралдарын сандық әрі сапалық тұрғыдан біріктіру арқылы талдау жасау. Зерттеуші отандық РР зерттеулерінде сирек кездесетін тәсілді қолданған. Зерттеуде ұсынылған әдістер (мысалы, Оу-Detox, Napikbi Live сияқты паракшаларға жасалған контент-талдау, визуализация элементтерін қолдану) басқару шешімдерін қабылдауда практикалық тұрғыдан құнды. Дегенмен, кейбір ұсыныстар толық экономикалық тиімділікпен немесе ұзақмерзімді нәтижелермен негізделмеген, сондықтан оларды нақтылау немесе болашақ зерттеулерде дамыту қажет.
6.	Негізгі қорытындылардың негізділігі	Барлық негізгі қорытындылар ғылыми тұрғыдан қарағанда ауқымды дәлелдемелерде негізделген/негізделмеген (qualitative research (квалитатив ресеч) және өнер және гуманитарлық ғылымдар бойынша даарлық бағыттары үшін).	Диссертациялық жұмыстың қорытындылары гуманитарлық және әлеуметтік ғылымдарға тән куолитативті зерттеу әдістеріне сүйеніп жасалған. Автор деректерді жинауда және талдауда сапалық әдістерді – контент-талдау, салыстырмалы талдау, семиотикалық және дискурстық талдау тәсілдерін тиімді қолданған. Бұл әдістер диссертациялық

		жұмыстың мақсатымен және зерттеу объектісінің табиғатымен үйлесімді тандалған. Зерттеудің негізі казактілді медиаконтенттің инфономикалық және коммуникативтік ерекшеліктерін сипаттауға бағытталған. Автор нақты мысалдарға (мысалы, Оу-Detox, Naikbi Live жобалары) сүйене отырып, қоғаммен байланыс саласындағы цифрлық стратегиялардың контенттік сипатын, мақсатты аудиторияға ықпал ету тетіктерін, визуалды-коммуникативтік формаларды жүйелі сипатта талдаған. Бұл талдау контекстуализация мен интерпретация талаптарына сәйкес келеді және сапалық зерттеу әдістерінің ғылыми негіздемесіне сай келеді. Зерттеудің қорытындылары шынайы эмпирикалық деректермен (әлеуметтік желілердегі контент түрлері, реакциялар, мақсатты аудитория сипаттамалары) дәйектелген. Сонымен қатар, автор өз тұжырымдарын тек сипаттаумен шектелмей, оларды теориялық ұстанымдармен (инфономика, қоғамдық дискурс, РР теориясы) байланыстырып, өзара логикалық құрылымды сақтаған. Сондықтан диссертациялық жұмыстың қорытындылары ғылыми тұрғыдан жеткілікті дәлелденген, логикалық негізделген және сапалық зерттеу әдіснамасына сай келеді.
7.	Қорғауға шығарылған негізгі ережелер	Әрбір ереже бойынша келесі сұрақтарға жеке жауап беру қажет: 7.1 Ереже дәлелденді ме? дәлелденді; 2) шамамен дәлелденді; 3) шамамен дәлелденбеді; 4) дәлелденбеді; Зерттеу жұмысында ұсынылған тұжырымдар мен аналитикалық тәсілдер (контент-талдау, инфономикалық талдау, визуалды коммуникация әдістері) нақты мысалдармен (Оу-Detox, Naikbi Live т.б.) дәлелденіп ұсынылған. Дегенмен кейбір шешімдер тек сипаттама деңгейінде ғана қалған. Қорғауға ұсынылған негізгі ережелердің бір бөлігі

		5) бұл тұжырымда ереженің дәлелденгенін тексеру мүмкін емес.	кәсіби ортада бұрыннан белгілі трендтерге негізделгенімен, автор оларды казактіліді медиакеністікке бейімдеп, нақтылауға тырысқан. Жұмыстың ғылыми жаңалығы – инфономика ұғымын казактіліді медиа контентке байланыстыра отырып, қоғаммен байланыс стратегияларына бейімдеуінде. Автор ұсынған әдістер мен қағидағтар медиаконтент жасауда, цифрлық РЯ-стратегиялар құруда, сонымен бірге әлеуметтік желідегі жобаларға қолдануға жарамды. Автордың ғылыми макалаларында диссертациялық жұмыстың негізгі қағидағтары сипатталып, эмпирикалық дәлелдермен расталған.
		7.2 Тривиалды ма?	
		1) ия;	
		жоқ;	
		3) бұл тұжырымда ереженің тривиалды екенін тексеру мүмкін емес.	
		7.3 Жаңа ма?	
		ия;	
		2) жоқ;	
		3) бұл тұжырымда ереженің жаңашылығын тексеру мүмкін емес.	
		7.4 Қолдану деңгейі:	
		1) тар;	
		2) орташа;	
		3) кең	
		4) бұл тұжырымда ереженің қолдану деңгейін тексеру мүмкін емес.	
		7.5 Мақалада дәлелденген бе?	
		1) ия;	
		2) жоқ	
		3) бұл тұжырымда мақаладағы ереженің дәлелденгенін тексеру мүмкін емес.	
8.	Дәйектілік қағидағы.	8.1 Әдіснаманы тандау – негізделген немесе әдіснама нақты жазылған:	Зерттеу барысында инфономика, медиасететика, қоғаммен байланыс теориясы секілді теориялық ұғымдар эмпирикалық деректермен ұштастырылып, әр бөлімде әдіс пен дереккөз арасында логикалық байланыстың сақталғаны
	Дереккөздер мен ұсынылған ақпараттың дәйектілігі	ия;	

	2) жоқ.	байқалады. Яғни дәйектілік қағидасының сақталғанын дәлелдейді. Диссертациялық жұмыста қолданылған әдіснама негізделген, ғылыми дәйектілік қағидасына сай келеді және зерттеу нәтижелерінің сенімділігі мен жүйелілігін қамтамасыз етеді.
	8.2 Диссертация жұмысының нәтижелері компьютерлік технологияларды қолдану арқылы ғылыми зерттеулердің қазіргі заманғы әдістері мен деректерді өңдеу және интерпретациялау әдістемелерін пайдалана отырып алынған:	Автор медиаконтентті талдау және инфономикалық индикаторларды бағалауда деректерді өңдеу мен визуализациялаудың заманауи әдістерін тиімді пайдалана білген. Жұмыстағы талдау үдерісінде компьютерлік статистикалық бағдарламалар мен онлайн құралдар қолданылғаны байқалады (мысалы, визуалды құрылымдар, цифрлық контент сипаттамалары, аудиториялық белсенділік көрсеткіштері). Бұл – деректерді интерпретациялауды жеңілдетіп қана қоймай, ғылыми дәлдікті арттыруға септігін тигізген.
	2) жоқ.	Әсіресе, әлеуметтік желілердегі контенттің инфономикалық сипатын зерттеу барысында жүйелендірілген цифрлық контент талдауы қолданылып, нақты кестелер мен диаграммалармен бекітілген нәтижелер ұсынылған. Бұл ғылыми ізденістің әдістемелік деңгейін көтеріп, жұмыстың заманауи зерттеу талаптарына сай екендігін дәлелдейді.
	8.3 Теориялық қорытындылар, модельдер, анықталған өзара байланыстар және заңдылықтар эксперименттік зерттеулермен дәлелденген және расталған (педагогикалық ғылымдар бойынша дауылау бағыттары үшін нәтижелер педагогикалық	Педагогикалық эксперимент түрінде болмаса да, зерттеу нәтижелері мақсатты түрде таңдалған эмпирикалық материалға негізделіп жасалған. Әсіресе, РҚ стратегияларының аудиторияға ықпалы мен медиаөнімдердің инфономикалық құндылығы арасындағы байланыстар анықталып, олар теориялық пайымдаулармен үйлестірілген.

	эксперимент негізінде дәлелденеді):	Осыған байланысты, диссертациялық жұмыстағы негізгі қорытындылар мен модельдер эксперименттік зерттеу элементтерімен ішінара дәлелденген, зерттеудің жалпы логикасына сай және ғылыми тұжырымдармен бекітілген деп бағалауға болады.	
	1) ия;		
	2) жоқ.		
	8.4 Манызды мәлімдемелер нақты және сенімді ғылыми әдебиеттерге сілтемелермен расталған / ішінара расталған / расталмаған.		
	8.5 Пайдаланылған әдебиеттер тізімі әдеби шолуға жеткілікті/жеткіліксіз.	Пайдаланылған әдебиеттер саны мен мазмұны ғылыми шолу үшін жеткілікті, әрі зерттеу контексін қалыптастыруда манызды рөл атқарады.	
	9.1 Диссертацияның теориялық манызы:		Диссертациялық жұмысында инфономика ұғымын PR және медиакоммуникация саласымен байланыстыра отырып, қазақтілді медиакеңістікте алғаш рет тұжырымдамалық тұрғыдан негіздеуге талпыныс жасалған.
	1) бар;		
	2) жоқ.		
9.2 Диссертацияның практикалық манызы бар және алынған нәтижелерді практикада қолдану мүмкіндігі жоғары:			
9.	Практикалық құндылық қағидаты	1) ия;	Цифрлық PR стратегияларын құруда, медиакомпаниялар жүргізуде, максатты аудиториямен коммуникацияны жетілдіруде қолдануға болады. Әсіресе, қазақтілді әлеуметтік медиадағы PR контентті тиімді басқару мен бағалауға арналған ұсыныстар өзектілігімен ерекшеленеді.
		2) жоқ.	

		9.3 Практикалық ұсыныстар жана ма? 1) толығымен жана; 2) ішінара жана (25-75% жана); 3) жана емес (жанаcы 25%-дан кем).	Практикалық ұсыныстардың бір бөлігі колданыстағы әдістерді бейімдеуге негізделгенімен, автор оларды казактілді медиакеністікке нақты бейімдеп, өзіндік тәсілдермен дамытқан. Контентті визуализациялау, инфономикалық құндылықты бағалау, аудиториямен кері байланыс орнату бағытындағы ұсыныстар ішінара жаналық деп бағалануға лайық.
10.	Жазу және ресімдеу сапасы	Академиялық жазу сапасы: 1) жоғары; 2) орташа; 3) орташадан төмен; 4) төмен.	Ізденуші терминологиялық дәлдік пен логикалық құрылымдылықты сақтай отырып, күрделі ғылыми ұғымдарды түсінікті тілде жеткізе білген. Әсіресе, кіріспе, қорытынды және әдеби шолу бөлімдеріндегі ғылыми дәйектілік пен баяндау тілі жоғары деңгейде көрініс тапқан. Сілтемелер мен пайдаланылған әдебиеттерге сілтеме беру жүйесі дұрыс ұйымдастырылған. Дегенмен кейбір тұстарда баяндау стилінде қайталаулар мен стилистикалық кателер байқалады.
11.	Диссертацияға ескертулер		Диссертациялық жұмыста ұсынылған контент-талдау мен инфономикалық бағалау барысында автор көбіне Оу-Detox және Nariкbі Live паракшапарын мысалға алған. Бұл деректердің эмпирикалық материал ретіндегі маныздылығын жоққа шығармай отырып, зерттеу шеңберін кеңейтіп, бірнеше түрлі бағыттағы (мысалы, мемлекеттік органдардың ресми паракшапары, коммерциялық жобалар, өңірлік БАҚ аккаунттары) контенттерді салыстырмалы түрде талдаса, зерттеу нәтижелерінің әмбебаптығы мен сенімділігі арта түсер еді. Диссертант инфономика мен цифрлық коммуникация, медиаэкономика, контенттің құндылығы арасындағы өзара байланыстарды сипаттайды, алайда инфономикаға қатысты

			тереңірек қамтылса, зерттеудің теориялық салмағы артады деп ойлаймыз.
12.	Докторант макалаларының зерттеу тақырыбы бойынша ғылыми деңгейі (диссертация макалалар сериясы нысанында қорғалған жағдайда ресми рецензенттер докторанттың зерттеу тақырыбы бойынша әр макаласының ғылыми деңгейін зерделейді)		Диссертациялық жұмыстың тақырыбы бойынша отандық және шетелдік ғылыми басылымдарда 9 ғылыми мақала жарияланған.
13.	Ресми рецензенттің шешімі (осы Үлгі ереженің 28-тармағына сәйкес)		Қасымбекова Назира Муратбековнаның 8D03203 - Халықаралық журналистика білім беру бағдарламасы бойынша «Әлеуметтік желілердегі инфономика және маркетинг: стратегиясы, әдістері мен құралдары (қазақтілді жарияланымдар бойынша)» тақырыбындағы диссертациясы Философия докторы (PhD) дәрежесін беруге болады.

Ресми рецензент:

Д.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының
менгерушісі, ф.ғ.к., қауымдастырылған профессор (доцент)

Г.Ш. Аширбекова

Г.Ш. Аширбекова

