

УДК 339.138

DOI 10.26118/2782-4586.2026.65.79.028

**Камышкова-Ковальчук Юлия Валерьевна**

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

### **Научная разработанность темы личного бренда в России**

**Аннотация.** Статья посвящена анализу научного интереса к понятию личного бренда в России. Проведено исследование публикаций в научной электронной библиотеке elibrary, на портале Российской государственной библиотеки и в сети Интернет. Анализ охватывает период с 2010 по 2025 год и включает статьи, монографии, учебные пособия и диссертации. Сделан вывод, что в последние десять лет наблюдается рост научных работ по теме. И как следствие, в России личный бренд перестал быть лишь только маркетинговым трендом, а перешел в категорию объекта научного исследования.

**Ключевые слова:** личный бренд, персональный брендинг, elibrary, научные работы по личному бренду.

**Kamyshkova-Kovalchuk Yulia V.**

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

### **The scholarly development of the personal branding in Russia**

**Annotation.** The article is devoted to an analysis of scientific interest in the concept of personal brand in Russia. The study examines publications from the elibrary scientific electronic database, the Russian State Library portal, and online sources. The analysis covers the period from 2010 to 2025 and includes journal articles, monographs, textbooks, and dissertations. The findings indicate a steady increase in academic output on this topic over the past decade. Consequently, personal branding in Russia has evolved beyond a mere marketing trend and has become a legitimate subject of scholarly inquiry.

**Key words:** personal brand, elibrary, scientific publications on personal brand.

Интерес к продвижению личности в мировом сообществе всегда был высок и с каждым годом только увеличивается. Еще в древние времена люди осознавали, что образ, имя и репутация играют значимую роль в профессиональной и социальной сфере. Древнегреческие ораторы, римские полководцы прибегали к разным методам для выстраивания публичного имиджа. Например, «Записки о Галльской войне» были созданы Гай Юлием Цезарем для оказания влияния на публику и формирования необходимого впечатления [1]. Однако, первым значимым упоминанием о личном бренде, как о стратегии, считается статья американского бизнес-консультанта Тома Питерса «The Brand Called You» 1997 года [14]. В ней он призывает обратить внимание на себя, как на объект продвижения и сформировать свой персональный бренд. Питерс заложил траекторию развития концепции персонального брендинга.

В иностранном научном сообществе тема личного бренда стремительно развивается. На данный момент на платформе Springer Nature насчитывается более 31700 исследовательских статей по ключевым словам «personal brand» [15], на портале Web of Science более 1100 публикаций [13]. Во многих учебных заведениях мира преподают курсы по личному бренду, например, в Гарварде [12]. В России интерес к личному бренду тоже велик. По исследованию динамики запросов пользователей в поисковой системе Яндекс выявлено, что с января 2018 по январь 2024 года был рост поиска по ключевым словам «личный бренд» практически в 5 раз – с 4750 до 22881 [10]. На ноябрь 2025 года – 25398 запроса [11]. С точки зрения научной разработанности в публикациях встречаются мнения

о недостаточности, отсутствии теоретического и методологического материала. Обратимся к отечественным научным порталам и платформам для изучения вопроса.

По базе данных научной электронной библиотеки eLibrary на январь 2026 года количество статей в базе РИНЦ по ключевым словам «личный бренд» составляет 756 [8] и «персональный бренд» 296 [9]. При этом по ключевому слову «брендинг» 5656 публикаций, а «маркетинг» – 55258. Распределение по годам и индексируемым базам представлено в Таблице 1.

Таблица 1 – Публикации по ключевым словам «личный бренд» и «персональный бренд» в научной электронной библиотеке eLibrary

год	личный бренд		персональный бренд	
	РИНЦ	ВАК	РИНЦ	ВАК
2010			1	1
2011			3	2
2012			3	2
2013			2	
2014	2		1	
2015	1		3	
2016	5	2	7	2
2017	9	4	17	5
2018	16	2	20	5
2019	26	4	13	3
2020	40	6	15	2
2021	62	9	31	7
2022	99	17	28	5
2023	104	12	39	6
2024	134	23	36	6
2025	118	28	28	9

Исходя из данных видно, что на начальном этапе освоения темы преобладал термин «персональный бренд» – прямое заимствование английского выражения «personal brand». Однако, с 2014 года появились публикации с «личным брендом». По толковому словарю С. И. Ожегова «персональный» имеет значение «относящегося к одному лицу», а «личный» «касающийся одного лица» [7], что говорит о их синонимичности. И по исследованию запросов в сервисе Яндекс.Вордстат, выявлено, что вариант «персональный бренд» пользователи сети Интернет используют значительно реже [10]. Предположительно, это обусловлено самой формой слов, количеством слогов, удобством приношения. И тем, что «персона» более формальна, чем «личность», которая в свою очередь сильнее ассоциируется с индивидуальностью и идентичностью.

Большая часть работ являются прикладными, описывают процесс разработки личного бренда для специалистов разных сфер, например, личный бренд педагога, врача, актера, а также предпринимателя, студента и других. Особое место уделено продвижению личного бренда в медиапространстве, использованию социальных медиа. Анализ и

распределение по категориям 756 публикаций по ключевым словам «личный бренд» в научной электронной библиотеке eLibrary представлено в Таблице 2.

Таблица 2 – Распределение публикаций по ключевым словам «личный бренд» в научной электронной библиотеке eLibrary по объектам исследования

№	Объект исследования	Количество публикаций	Доля, %
1	Личный бренд педагога	66	8,7
2	Личный бренд в маркетинге, PR и рекламе	74	9,7
3	Личный бренд и психология	26	3,4
4	Личный бренд предпринимателя, руководителя и в бизнесе	139	18,3
5	Личный бренд журналиста и медиаперсоны	24	3,1
6	Личный бренд студента и молодого специалиста	28	3,7
7	Личный бренд сети Интернет и социальных медиа	149	19,7
8	Теоретические аспекты личного бренда	75	9,9
9	Личный бренд деятеля культуры и искусства	52	6,8
10	Социологические аспекты личного бренда	10	1,3
11	Личный бренд политика, государственного служащего	30	3,9
12	Личный бренд медицинского работника	13	1,7
13	Личный бренд в спорте	32	4,2
14	Прочие направления	38	5

Важно отметить, что некоторые публикации повторяются за счет размещения в разных изданиях, но составляют незначительную погрешность. Визуализация распределение публикаций по объектам представлена на Рисунке 1.

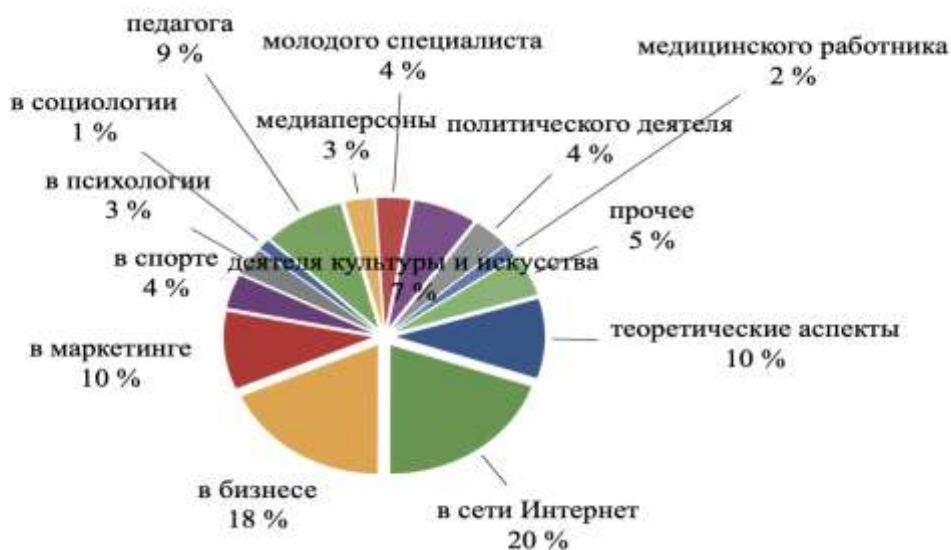


Рисунок 1 – Публикации по личному бренду в научной электронной библиотеке eLibrary

Самый большой сегмент охватывает публикации по личному бренду в сети Интернет и социальных медиа, затем в бизнесе и личный бренд руководителя, предпринимателя. Это обусловлено актуальностью присутствия в Интернет-среде и развитием онлайн-культуры. Все больше людей заводят личные и профессиональные страницы в социальных сетях для продвижения себя, своей экспертности и бизнеса. Каждый третий работодатель просматривает социальные сети соискателя при приеме на работу [3]. При том, что 93% соискателей обращают внимание на репутацию работодателя в Интернете [2]. Отдельно стоит выделить статьи по личному бренду педагогических работников, их 8,7 %.

Хотя большая часть публикаций по личному бренду в eLibrary относится к экономическим наукам (341), есть статьи и по другим тематикам: массовая коммуникация (90) социология (24), психология (16), культурология (11) и другие [8]. Личный бренд – междисциплинарное понятие, включающее в себя как составные части из разных наук так и возможность применения в различных направлениях.

Наибольшее количество публикаций на eLibrary у доктора экономических наук, профессора КубГАУ Лесных Юлии Георгиевны – 12, у кандидата философских наук, доцента НГУЭУ Питько Ольги Александровны и преподавателя СПбУТУиЭ Камышковой-Ковальчук Юлии Валерьевны – по 9 [8].

Для полноты картины приведем и другие виды научных публикаций. Написано две монографии: Колодезникова С. И. по разработке бренда преподавателя вуза и Янгирова Е. И. по бренд-маркетингу, включающая брендинг личности [5]. Четыре учебных пособия по созданию и развитию личного (персонального) бренда: Дмитриева Л. И., Литке С. Г., Морозова А. Л., Поликарпова, Л. А. И одно по психологическим аспектам Горчаковой В. Г. [6].

На данный момент защищено четыре диссертации по личному бренду [4]. Максименко И. В. рассматривает персональный брендинг как феномен культуры постиндустриального общества. Ротов А. С. описывает роль персонального бренда в маркетинговой системе. Щербак А. А. утверждает, что бренд является элементом социальной идентичности личности. Янукян Д. Э. анализирует специфику продвижения личного дизайнерского бренда в социальных медиаресурсах. Также есть диссертации, в которых тема личного бренда не является главной, но упоминается в содержании, например, Костянян А. А. в диссертации «Реализация принципов маркетинга отношений в деятельности государственных амбулаторно-поликлинических организаций» описывает

влияние развития персонального бренда медицинского работника на восприятие медицинских услуг в целом.

На основе количественного и качественного анализа научных публикаций по личному бренду можно сделать вывод, что тема интересна в российском научном сообществе и имеет динамику к дальнейшему развитию. «Личный» и «персональный» применительно к бренду являются синонимами, однако, «личный бренд» упоминается чаще. Междисциплинарность понятия способствует его развитию в направлениях экономики, маркетинга, психологии, социологии и других наук. Большое внимание ученые проявили к личному бренду в сети Интернет, социальных сетях и бизнесе. Вместе с тем, часть исследований посвящена персональному брендингу профессиональных ролей, например, преподавателей, спортсменов, политиков и медицинских работников. Направлением дальнейших исследований может стать рассмотрение новых профессии и влияния развития личного бренда на карьерные траектории, особенно в условиях цифровой экономики и нестабильности.

### Список источников

1. Василенко, Н. В. «Записки о Галльской войне» Гая Юлия Цезаря, как документ политического PR'a / Н. В. Василенко, В. А. Бородавкин // Логистика - евразийский мост : Материалы XVII Международной научно-практической конференции, Красноярск, 27–30 апреля 2022 года. Том Часть 2. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2022. – С. 63-67. – EDN PNCTUE.

2. Исследование «Как репутация работодателя в интернете влияет на соискателей – 2024» URL: [https://www.cossa.ru/articles/add/Исследование\\_Репутация\\_работодателей.pdf](https://www.cossa.ru/articles/add/Исследование_Репутация_работодателей.pdf) (дата обращения: 22.01.2026).

3. Исследование Работа.ру и СберПодбор URL: <https://press.rabota.ru/kazhdiy-tretiy-rabotodatel-prosmatrivayet-sotsseti-kandidatov> (дата обращения: 22.01.2026).

4. Российская государственная библиотека. Диссертации по личному бренду URL: [https://search.rsl.ru/ru/search#col=diss&q=личный\\_бренд](https://search.rsl.ru/ru/search#col=diss&q=личный_бренд) (дата обращения: 21.01.2026).

5. Российская государственная библиотека. Монографии по личному бренду URL: [https://search.rsl.ru/ru/search#q=личный\\_бренд\\_монография](https://search.rsl.ru/ru/search#q=личный_бренд_монография) (дата обращения: 20.01.2026).

6. Российская государственная библиотека. Учебные пособия по личному бренду URL: [https://search.rsl.ru/ru/search#q=личный\\_бренд\\_учебные\\_пособия](https://search.rsl.ru/ru/search#q=личный_бренд_учебные_пособия) (дата обращения: 20.01.2026).

7. Словарь С. И. Ожегова URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=13341> (дата обращения: 18.01.2026).

8. Список публикаций по ключевым словам «личный бренд», индексируемые в научной электронной библиотеке Elibrary URL: [https://www.elibrary.ru/keyword\\_items.asp?id=9352353&show\\_option=1](https://www.elibrary.ru/keyword_items.asp?id=9352353&show_option=1) (дата обращения 19.01.2026 г.)

9. Список публикаций по ключевым словам «персональный бренд», индексируемые в научной электронной библиотеке Elibrary URL: [https://www.elibrary.ru/keyword\\_items.asp?id=5555027&show\\_option=1](https://www.elibrary.ru/keyword_items.asp?id=5555027&show_option=1) (дата обращения 19.01.2026 г.)

10. Суслов, Е. Ю. Исследование восприятия личного бренда / Е. Ю. Суслов, Ю. В. Камышкова-Ковальчук // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 6(109). – С. 211-219. – DOI 10.21295/2223-5639-2024-6-211-219. – EDN NWICJG.

11. ЯндексВордстат, запрос «личный бренд» (динамика) URL: [https://wordstat.yandex.ru/?region=all&view=graph&words=личный\\_бренд](https://wordstat.yandex.ru/?region=all&view=graph&words=личный_бренд) (дата обращения: 20.01.2026).

12. Course Personal Branding. Harvard Business School. URL: <https://online.hbs.edu/courses/personal-branding/> (дата обращения: 21.01.2026).

13. Gorbatov, S., Khapova, S. N., Lysova, E. I. Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review and Research Agenda URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2018.02238/full> (дата обращения: 20.01.2026).

14. Peters, T. The Brand Called You. URL: <https://personalimpact.ca/wp-content/uploads/2015/08/thebrandcalleyou.pdf> (дата обращения: 20.01.2026).

15. Springer Nature, personal brand URL: <https://link.springer.com/search?query=personal+brand> (дата обращения: 21.01.2026).

#### **Сведения об авторах**

**Камышкова-Ковальчук Юлия Валерьевна**, преподаватель кафедры «Медиакоммуникаций и рекламы», «Международных финансов и бухгалтерского учета» Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики., AuthorID: 1229582, ORCID: 0009-0005-8688-8737.

#### **Information about the author**

**Kamyshkova-Kovalchuk Yulia Valerevna**, teacher, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St.Petersburg, Russia. [kovalchuk\\_yulja@mail.ru](mailto:kovalchuk_yulja@mail.ru), AuthorID: 1229582, ORCID: 0009-0005-8688-8737.