



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«МИРЭА – Российский технологический университет»
РТУ МИРЭА**

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Костикова Валерия Юрьевича
на тему «Медиакоммуникации в продвижении бренда спортивного клуба»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности 10.01.10. – Журналистика.

Актуальность диссертационного исследования не вызывает сомнения: спорт высших достижений является важным социокультурным феноменом, информационные ресурсы которого приобретают роль транслятора профессиональных, общественных и национальных ценностей. Вопросы, поднимаемые в диссертации, актуальны не только с позиций журналистики, но и рекламы, публичных релейнз, маркетинга, спортивного менеджмента.

Диссертационное исследование обладает очевидными элементами новизны. Прежде всего, обращает внимание новизна темы исследования, изучение методов продвижения брендов в спорте, выявление наиболее актуальных подходов к конструированию бренда спортивной организации, в том числе медиаконструкта. Все это является в настоящее время сравнительно мало изученным полем.

Основываясь на серьезной теоретической подготовке, автор исследует вопрос о роли медиакоммуникаций в спорте высших достижений, брендинге как части

коммуникационного процесса и актуальной составляющей коммуникации спортивных клубов. Выявляются особенности клубных брендов с точки зрения соответствия требованиям рынка в предметной сфере, запросов целевых групп, а также перспективы развития. Вполне удавшейся в этой связи можно считать попытку автора на основе большого объема эмпирических материалов выявить специфику брендинга в спорте, коммуникативный потенциал и тенденции развития.

Критерию эффективности исследовательской работы диссертанта объективно способствовали правильно выбранные, верифицированные методы исследования, раскрывающие алгоритм теоретического анализа и репрезентативность корпуса иллюстративного материала.

Судя по автореферату, диссертация Костикова В.Ю. имеет четкую и логичную структуру. В трех главах последовательно решаются исследовательские и познавательные задачи. Первая глава диссертации, как она представлена в автореферате, вводит в теоретико-методологический контекст исследования. Диссертант проделал большую работу, обобщив информацию из теоретических источников по изучению спортивного брендинга. Заслуживает внимания авторская методика создания медиконструкта бренда спортивного клуба. Как представляется, данная методика могла бы быть использована при похожих исследованиях.

Во второй главе автор последовательно анализирует брендообразующие проекты спортивных клубов и имиджевые характеристики спортивных лидеров, сопоставляет их по разным параметрам, демонстрируя весомые исследовательские навыки.

Третья глава отражает проведенную аналитику, показавшую, что привлечение интерактивного web-контента и web-контента e-коммерции на официальных сайтах спортивных клубов дает возможность развивать новые формы массово-персональной коммуникации клубов с целевыми аудиториями. Следует отметить скрупулезное исследование жанров мультимедиа в качестве креативного подхода официальных медиаресурсов клубов и наиболее актуального ресурса медиаспорта.

Как частное замечание, возможно, что в работе следовало бы проанализировать такой важный инструмент коммуникации, как событийный ряд (отдельные брендовые спортивные соревнования), поскольку именно они задают общую модель конструирования событий и их интерпретационные версии.

Достоверность полученных выводов подтверждается данными, основанными на статистических методах, многочисленных таблицах, опорой на многоплановую теоретическую базу, представленную трудами как отечественных ученых, так и интернациональным медиаисследовательским полем. Основные положения и результаты диссертации были представлены на международных и всероссийских научно-практических конференциях в 2015-2018 гг. Ключевые идеи и итоги проведенного исследования содержатся в 25 публикациях, в том числе в 8 научных статьях в изданиях, рекомендованных Высшей Аттестационной Коллегией Российской Федерации. Это доказывает большую работу по апробации темы.

В заключение отмечу, что работа Костикова В.Ю. отличается вниманием к доказательной базе, тщательной проработанностью литературы по теме исследования, а также значимыми в медиаисследовательском поле наблюдениями и выводами.

Автореферат и опубликованные работы дают основание заключить, что диссертация Костикова Валерия Юрьевича на тему «Медиакоммуникации в продвижении бренда спортивного клуба» является самостоятельной научно-квалификационной работой, полностью соответствует требованиям п.9 «Положения о присуждении ученых степеней» (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842), а ее автор заслуживает присвоения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10. – Журналистика.

Тюлюлюкина Татьяна Николаевна

ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет»

кандидат педагогических наук,

доцент кафедры гуманитарных и общественных наук

Адрес: ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет»

119454 г. Москва, проспект Вернадского, дом 78

тел: +7 499 215-65-65 mirea@mirea.ru

Моб. тел: +7-968-490-67-51

e-mail: ttonus@yandex.ru

9 ноября 2018 года

Т.Ю. Тюлюлюкина
Подпись руки
Заместитель начальника
Управления кадров

Т.Ю. Тюлюлюкина
С.С. Чернышева
УПРАВЛЕНИЕ
КАДРОВ

