

**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**

Диссертационная работа Костикова В.Ю. посвящена актуальной теме, имеющей теоретическое и практическое значение. Прежде всего, следует оценить саму формулировку темы исследования и отметить тот факт, что вопросы изучения медиакоммуникаций в спорте высших достижений и брендинга как их части, недостаточно изучены как в зарубежном, так и российском исследовательском поле, что составляет научную актуальность и новизну работы.

Диссертационную работу отличает обоснованное применение теоретических методов и научных подходов к раскрытию заявленной темы, последовательность в достижении поставленной цели – показать эволюцию бренда спортивного клуба в системе медиакоммуникаций как информационного ресурса под влиянием конвергентного коммуникативного пространства, сетевой журналистики и социальных сетей.

Для достижения цели были успешно решены многоплановые задачи исследования: изучить технологии брендинга, характерные в контексте маркетинговой и коммуникационной деятельности клуба, определить специфику сетевых коммуникаций и жанровые особенности медиатекстов сетевых ресурсов спортивных организаций; исследовать направления совершенствования имиджа деятелей спорта в процессе социального взаимодействия между спортом и обществом; выстроить коммуникационную формулу бренда спортивного клуба и изучить возможные перспективы ее универсализации.

Автореферат Костикова В.Ю. четко структурирован и адекватно отражает содержание исследования, которое имеет междисциплинарный характер. Судя по тексту автореферата, в работе представлены результаты исследования взаимодействия спортивных клубов со своими целевыми аудиториями, которые выражаются в подробном анализе медиатекстов журналистики, рекламы, пиар, сетевого дискурса в медиаресурсах футбольных топ-клубов, а также в актуальных авторских наблюдениях и прогнозах о тенденциях развития брендинга в спорте с учетом форматов «гражданской журналистики» и интерактивных технологий.

Теоретическая значимость исследования заключается в использовании методологических подходов теории журналистики, теории массовых коммуникаций, теории связей с общественностью в оценке роли медиакоммуникаций при взаимодействии брендов спорта со стейкхолдерами и продвижении спортивного продукта.

Практическая значимость исследования выражается в том, что его результаты могут быть использованы в работе пресс-служб и редакций медиаресурсов спортивных клубов, а также в деятельности высших учебных заведений при разработке бакалаврских и магистерских программ по специальности «журналистика», «массовая коммуникация».

Автореферат и научные публикации автора позволяют сделать вывод о том, что диссертация Костикова В.Ю. является самостоятельным, законченным научным исследованием и 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.

Распопова Светлана Сергеевна

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет»,  
доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики  
и массовых коммуникаций

Адрес: 107045, Москва, ул. Садовая-Спаская, д. 6

Тел. +7 (495) 607-2577

E-mail: idizh@mospolytech.ru

Моб. тел: +7(915)3334519

e-mail: ccpmiass@mail.ru

09 декабря 2018 года

