

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Колодкиной Алины Евгеньевны по теме:
«Российское корпоративное кино на современном этапе (2012 – 2018 гг.):
типология, коммуникативные стратегии, художественный язык»,
представленной на соискание учёной степени кандидата
филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика**

Исследование А. Е. Колодкиной посвящено актуальной, недостаточно изученной, но при этом активно развивающейся отрасли корпоративного кино. При этом сама предметная область, как справедливо отмечает диссертант, предстаёт в достаточной степени расплывчатой, что вызывает сложности в конкретной практической деятельности продюсеров, режиссеров, специалистов по связям с общественностью, маркетологов. Несомненно, что корпоративное кино нацелено на имиджевые стратегии, будучи неотъемлемым элементом бизнес-коммуникации и корпоративной культуры. Сложность исследования корпоративных фильмов обусловлена также их гибридной природой, сочетающей приемы игрового и документального кино, тележурналистики, рекламы и пиара.

Представленное исследование призвано заполнить очевидную лакуну в осмыслении данного явления в отечественной научной литературе. В этом смысле не вызывает сомнения актуальность и оригинальность работы, основанной на репрезентативной эмпирической базе, состоящей из 826 фильмов-победителей и номинантов престижных российских и мировых фестивалей. Автор, несомненно, владеет материалом и погружён в тему не только как теоретик, но и как практик, осуществлявший продюсирование ряда фестивальных фильмов. Новизна исследования также обозначена вполне чётко и представляется убедительной: корпоративное кино рассматривается в историческом, типологическом и художественном аспектах. Такого рода рассмотрение определяет структуру работы.

В основу типологии положена система типологизирующих признаков: целевая аудитория, способ распространения, способ производства, жанровая форма, – позволяющих характеризовать корпоративное кино как медиапродукт. На основе типологии выстраиваются коммуникативные стратегии. Несомненный интерес представляет завершающая, третья, глава работы: «Художественный язык корпоративного кино». В ней применён пятиступенчатый алгоритм анализа. На этом фоне наиболее спорной представляется историческая часть диссертации, поскольку здесь «не работают» критерии анализа, выделяемые в отношении современного материала. В этой связи трактовка понятия «корпоративное кино» в

исторической ретроспективе представляется излишне широкой. Собственно, решающим фактором для применения дефиниции в исторической интерпретации диссертанта оказывается социальный (государственный) заказ. Однако по этому признаку общий свод советских фильмов может быть отнесён к корпоративному кино, что вряд ли справедливо, хотя формально речь может идти об имидже корпоративного государства.

В целом автореферат соответствует требованиям, предъявляемым к такого рода публикациям, в нем кратко и логично изложено основное содержание, главные идеи и выводы, показан вклад автора в проблематику исследования, представлены степень новизны и практическая значимость результатов исследования.

Алина Евгеньевна Колодкина заслуживает присуждение искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Доктор филологических наук,
доцент, профессор кафедры
истории журналистики
Института «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный университет»

21.09.2020 г.

Юлия Борисовна Балашова



Подпись руки *Ю.Б. Балашова*
19.09.2020
Алина Евгеньевна Колодкина

Контактная информация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»
Адрес: Россия, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9.
E-mail: j.balashova@spbu.ru
Тел.: +7921-319-4850