

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор-начальник Управления научной
политики и организации научных исследований

ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет имени М. В. Ломоносова»

доктор физико-математических наук,
профессор Федянин А. А.

« 15 » 12 2014 года

ОТЗЫВ

ведущей организации на диссертацию

Войтик Евгении Анатольевны

«Спортивная медиакommunikация в России:

эволюция и современное состояние»,

представленной на соискание ученой степени

доктора филологических наук по специальности

10.01.10 – журналистика.

Диссертационное исследование Войтик Е. А. посвящено актуальной, как в академической, так и прикладной сферах, однако в недостаточной степени изученной в отечественных исследованиях СМИ проблеме. Соискатель ставит перед собой задачи определить специфику современной модели спортивной медиакommunikации в России; детализировать терминологический аппарат в исследуемой сфере; проанализировать коммуникативные отношения спорта и СМИ в историческом контексте; провести анализ медиатекстов на спортивную тематику с тем, чтобы выявить их проблемно-тематические и стилевые особенности.

Необходимо отметить, что автору удается поставить остроактуальные задачи в своем научном изыскании. Очевидно, что эффективность функционирования индустрии спорта, как и системы медиакоммуникаций в сфере спорта, на современном этапе в Российской Федерации продемонстрирована не в полной мере. Одной из причин этого является недостаточная степень теоретического осмысления феномена спорта и спортивных коммуникаций академическим сообществом. Существующие теоретические исследования в данной области знаний малочисленны и, как правило, охватывают частные аспекты проблемы. Однако сам спорт и спортивная коммуникация на современном этапе развития претерпевают революционные изменения, которые требуют вдумчивого исследования и концептуализации.

Ключевой тенденцией, характеризующей современный этап развития спорт как социального явления, является политизация спортивной сферы и ее инкорпорирование в систему государственной идеологии, придание ей свойств ценностно-идеологического компонента политического процесса. Именно спорт является одним из эффективных и значимых инструментов конструирования национальной идентичности, сплоченности нации в глобализирующемся мире, средством патриотического воспитания. Эти процессы требуют глубокого теоретического осмысления, компаративного анализа, отсылки к политическим системам первой половины XX в. и осмысления исторического опыта с позиций современности.

Другим важным трендом второй половины XX в., определяющим современную динамику спорта и спортивной медиакоммуникационной системы, является глобальный рост и распространение информационно-коммуникационных технологий и производимого ими продукта в мировом масштабе, что стало мощнейшим фактором становления спорта как индустрии СМИ и развлечений. Таким образом, исследование Е. А. Войтик анализирует спортивную медиакоммуникацию как самостоятельную и

целостную систему, и с этой точки зрения **актуальность и теоретическая значимость** данного исследования не вызывает сомнений.

Научная новизна исследования определяется, прежде всего, системным подходом автора к исследуемой проблеме. Е. А. Войтик последовательно рассмотрела теоретические и методологические аспекты вопроса, представила исторический ракурс развития спортивной коммуникации в условиях российской действительности, а также проанализировала характер формирования информационных полей в современном спортивном медиапространстве. Попытка всеохватывающего анализа во временной и пространственной перспективе является в этой сфере новаторской для отечественных исследований средств массовой информации.

В первой главе исследования автор осуществляет теоретико-методологическую проработку исследуемой проблемы. **Особую теоретическую ценность** данной части исследования придает предложенный автором полноценный теоретико-концептуальный аппарат в сфере спортивной медиакommunikации. Автор не только предлагает самостоятельное определение и интерпретацию исследуемого феномена, но и дает комплексный понятийный и методологический инструментарий для исследования проблемы. Е. А. Войтик ведет теоретические построения в рамках достаточно широкого – междисциплинарного – подхода, что свидетельствует о свободном владении автором знаниями из различных школ, подходов и традиций анализа в исследованиях СМИ. Вместе с тем автор в качестве доминирующего типа анализа выбирает когнитивный анализ, который позволяет ему сформировать свою исследовательскую концепцию и быть убедительным в своих доводах. Учитывая филологическую направленность работы, когнитивный подход представляется вполне оправданным.

Степень обоснованности и достоверности полученных результатов обеспечена глубокой проработкой теоретико-методологической основы

исследования при использовании комплексного описания спортивной медиакommunikации как явления. Представленные различного рода признаки и подсистемы спортивной медиакommunikации прекрасно квалифицированы и систематизированы, учитывают достаточное количество структур, необходимых для данного исследования.

Во второй главе автор достаточно подробно осветил историю развития спортивной медиакommunikации в России. Предложенный подход является оригинальным, так как он предполагает смещение исторических рамок анализируемого явления глубоко в эпоху средневековья и утверждает существование спортивной протоkommunikации. Былины, которые служат для автора источником анализа, безусловно, являются летописными сводами, дошедшими до наших дней, и, несмотря на то что они не всегда тождественны аутентичным явлениям, мы признаем очерчивание характера описаний околоспортивной тематики рассматриваемого периода весьма продуктивным с теоретической точки зрения. Попытки проследить элементы протоkommunikации в области физической культуры с эпохи раннего средневековья в России в научной литературе до сих пор не встречалось. Таким образом, предпринятая попытка носит инновационный характер, что указывает на ценность работы в аспекте **новизны**.

Как представляется, существенную **теоретическую ценность и новизну** представляет системное исследование автора в области современной спортивной медиакommunikации, предлагаемая автором концепция комплексного подхода к спортивной коммуникации, обоснование ее применимости для журналистских практик. Е. А. Войтик фундаментально подходит к вопросу, пытаясь максимально подробно, системно и комплексно описать структуру спортивной медиасреды.

Несомненной **новизной и теоретической значимостью** обладает часть работы, посвященная исследованию спортивной печати Российской Империи в XIX – начале XX вв. Автор проделал колоссальную и скрупулезную работу по сбору и систематизации крайне разрозненной

информации о развитии спортивной журналистики в Российской Империи в данный период. В силу того что таких комплексных исследований по проблематике спортивной коммуникации на сегодня фактически нет, исследование устраняет существенную лакуну в этой сфере российской науки.

Особый интерес имеют представленные Е. А. Войтик данные эмпирических исследований контента СМИ по различным информационным полям. Данный анализ позволяет достаточно точно продемонстрировать ведущие тенденции в формировании и развитии современного российского спортивного медиапространства. Предложенные автором выводы свидетельствуют о системном характере и векторе развития современных спортивных медиа в России.

Изложенные в диссертационной работе технологии системной организации спортивной медиакоммуникации могут стать основополагающими при принятии управленческих и административных решений в сфере спортивных коммуникаций. Кроме того, полученные данные могут быть полезны для осуществления эффективного функционирования СМИ в системе спортивной медиакоммуникации России.

Вместе с тем можно высказать определенные замечания и пожелания к данной работе, которые в целом не умаляют ее достоинств как теоретико-практического исследования, вносящего существенный вклад в теорию медиакоммуникаций.

В первую очередь, следует обратить внимание на некоторые недостатки в структуре работы. Так, автор, поставив целью изучить эволюцию спортивной медиакоммуникации в России на протяжении всего периода ее существования, сосредотачивается в основном на ее теории, ранней истории и некоторых аспектах современного состояния. Работа только выиграла бы, если бы в нее был включен немаловажный период развития спортивных СМИ в СССР, а также этап развития массовой

коммуникации в спорте в Российской Федерации в 1990-2010 гг. Помимо этого, хотелось бы более развернутого обоснования выбора автором для исследования определенных временных периодов – в соответствии с представленными информационно-коммуникационными моделями: партнерской (до 1917 г.), инструментальной (1917-1990 гг.) и коммерческой (1990-е гг.).

Кроме того, автор выносит в название диссертационного исследования и концептуализирует понятие «спортивная медиакоммуникация», тогда как объектом и предметом исследования в основном являются медиатекст спортивной тематики, что свидетельствует о некоторой нетождественности названия работы ее содержанию.

Изучая актуальное состояние спортивной медиакоммуникации, Е. А. Войтик уделяет внимание изменениям, которые затронули данную систему в контексте развития сети Интернет, дигитализации, усиления интерактивных связей между аудиторией и массмедиа и некоторых других аспектов функционирования СМИ в «цифровом» обществе. Однако хотелось бы, чтобы данная сфера спортивной медиакоммуникации в России, как в высшей степени актуальное направление, была представлена более детализированно. Кроме того, актуальным было бы включение в исследование анализа медиакоммуникационной системы паралимпийского движения.

Также можно отметить некоторые недостатки в способе изложения и стиле текста. Автор предлагает множество определений таких разных феноменов, как информация, сообщение, семантика, спорт, общество и др. Несмотря на важность для автора всех данных дефиниций, представляется, что часть их можно было бы опустить, так как они входят в базовый тезаурус или пока не дают отчета об общепризнанном значении понятия, на что указывает и сам автор.

В работе есть некоторые утверждения, которые и в теоретическом, и в методологическом плане вызывают замечания. В качестве примера можно

привести следующее положение автора: «...характер спортивной аудитории соответствует принципам открытого общества» (с. 83). Представляется, что данное утверждение далеко не всегда соответствует действительности и может быть использовано только с существенными оговорками. Аудитория спортивных медиа многопланова, ее трудно свести к одной, пусть и общей характеристике. На стр. 233 автор пишет, что «спорт, без сомнения, является фактором консолидации общества, поскольку он не развивается изолированно от других областей социальной практики». Данное высказывание довольно спорно уже потому, что затруднительно установить прямую корреляцию между спортом и другими социальными сферами. Влияние спорта на консолидацию общества также нуждается в обосновании.

Однако указанные выше замечания отнюдь не умаляют значимости и общей положительной оценки проведенного Е. А. Войтик исследования. Содержание представленной работы соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям, автореферат отражает основное содержание диссертации. Работа соответствует требованиям, содержащимся в п. 7,8 «Положение о порядке присуждения ученых степеней» ВАК РФ, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения искомой степени доктора филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Отзыв подготовлен профессором кафедры теории и экономики СМИ, доктором филологических наук
Г. Г. Щепиловой

Отзыв рассмотрен и утвержден на кафедре теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова 26 ноября 2014 года (Протокол № 7).

Заведующий кафедрой теории и экономики СМИ,
доктор филологических наук, профессор
Е. Л. Вартанова



ПОДПИСЬ ЗАВЕРЯЮ
ЗАВ. КАНЦЕЛЯРИЕЙ
ЛАСКЕВИЧ И. В.

Заместитель декана
по научной работе
доцента М.И. Макеенко