**РЕЦЕНЗИЯ**

на магистерскую диссертацию Мартыновой Анны Олеговны на тему

**«Спортивная фотография в рекламно-визуальной коммуникации»**

Н.рук. – А.В. Ульяновский, кандидат культурологических наук, доцент

**Г. Санкт-Петербург 25 мая 2017г.**

Научное исследование Анны Олеговны Мартыновой посвящено актуальной теме «Спортивная фотография в рекламно-визуальной коммуникации». На сегодняшний день в мире активное внимание уделяется развитию и пропаганде спорта и спортивных соревнований различных уровней. Этот процесс невозможен без проведения рекламных кампаний различного рода, в которых используются спортивные фотографии. Сейчас мы можем говорить о том, что перед спортивными фотографами ставится цель не только создавать контент для публикации в периодических изданиях и интернет-ресурсах, но и делать упор на высокохудожественные фотографии, которые в дальнейшем могут быть использованы в рекламных кампаниях. В свете этой тенденции необходима выработка четких указаний и правил работы спортивных фотографов.

Как отмечает сам исследователь, научные публикации по данной теме на сегодняшний день отсутствуют, поэтому данная работа представляет несомненный научный интерес и безусловно является актуальной. В свете предстоящего чемпионата мира по футболу, который пройдет в России, научное изучение указанной темы является приоритетным в области спортивной коммуникации.

В ходе ознакомления с текстом диссертационного исследования Анны Олеговны Мартыновой мы получаем комплексное понятие о фотографии в целом и спортивной фотографии в частности. Автор предлагает нашему вниманию обзор жанровой специфики фотографии в рекламной коммуникации, а затем переходит непосредственно к анализу роли спортивной фотографии в рекламной коммуникации. Стоит отметить, что повествование в работе является грамотно выстроенным логически, главы и параграфы расположены в четкой последовательности и дополняют друг друга. Работа состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы и заключения. К рецензированию был представлен полноценный научный текст, написанный с использованием широкого спектра научных терминов. Работа выглядит вполне законченным полноценным научным исследованием. Стоит так же отдельно отметить, что при написании третьей главы «Рекламная фотография в спортивной организации» Анна Олеговна обращалась за помощью и постоянными консультациями в пресс-службу хоккейного клуба СКА и команды «СКА-Нева», что подчеркивает живой неподдельный интерес автора к затрагиваемой теме.

Обширный библиографический список, указанный в конце работы, указывает на глубокое погружение автора в тему исследования. При этом, в ходе ознакомления с текстом работы видно, что Анна Олеговна не просто указала книги, которые подходят по теме, а действительно читала их и анализировала, что, на наш взгляд, также заслуживает особого внимания.

При всех указанных достоинствах, работа имеет и определенные недостатки:

1) В работе встречаются опечатки, в некоторых случаях пропущены запятые и присутствует несогласованность слов в предложении. Например, «Смена цвета повлияла на отношение болельщиков в команде» (стр. 63). Наверное, Анна Олеговна все-таки имела в виду отношение к команде. Или чуть ниже, на странице 64, встречается формулировка «отказались в официальной форма поддерживать фарм-клуб» и так далее.

2) При описании рекламных продуктов хоккейного клуба СКА автор злоупотребляет словосочетанием «мы видим», что сильно бросается в глаза и сбивает логику повествования. Апогеем этого злоупотребления становится использование этих слов в конце одного предложения и начале следующего на странице 68: «Более динамичный и насыщенный вариант мы видим на рисунке 5 . Мы видим диагональную композицию…».

3) В некоторых моментах, особенно в практической части, Анна Олеговна отступает от научного стиля повествования и употребляет просторечные выражения. Например, на страницах 69-70 встречается следующий абзац: «В прошлом сезоне сделали единственный рекламный плакат, который распространили на лайтбоксах на некоторых станциях метро. Руководство не озвучивало причину, по которой СКА-Неву не продвигают, но есть возможные варианты». На наш взгляд, в указанной цитате элементы научного текста попросту отсутствуют. Вероятно, это связано с тем, что Анна Олеговна сама работает в хоккейном клубе СКА, поэтому в какие-то моменты просто забывает, что она не пересказывает вечером то, что было на работе, а пишет научный текст.

Тем не менее, все указанные выше недостатки носят исключительно рекомендательный характер и ни в коем случае не умаляют в целом положительного впечатления о работе.

Согласно данным электронной системы проверки на оригинальность, процент заимствований в диссертационном исследовании Анны Олеговны Мартыновой равен двенадцати. При этом стоит обратить внимание, что в качестве совпадений система выделяет названия книг, слова «Введение», «Заключение» и ссылки, указанные автором.

Исходя из всего вышесказанного, мы считаем, что диссертационное исследование Анны Олеговна Мартыновой состоялось, работа написана на достойном уровне и заслуживает высокой положительной оценки.

**Руководитель PR-службы А.С. Наливайко**

**ХК «СКА»**