

**Отзыв научного руководителя
кандидата философских наук, доцента,
М.И. Бабюка о диссертации Д.О. Швыкова
«Стратегии продвижения российских спортивных
СМИ в социальных сетях»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика**

Диссертационная работа Дмитрия Олеговича Швыкова представляет собой комплексное исследование, посвященное актуальной проблеме. Социальные сети, при сравнительно небольшой истории своего существования, сегодня превратились в один из ключевых каналов медиаспортивной коммуникации. Внимание аудитории, интересующейся спортом, уверенно смещается от классических спортивных СМИ к самым различным социальным сетям и мессенджерам, ориентированным на создание простого, но оперативного и актуального медиаконтента. Социальные медиа подорвали монополию классических средств массовой информации в области спорта, создали новые каналы коммуникации, во многом изменили характер производства контента и медиапотребления. Стремительность этих изменений такова, что академическое сообщество не успевает оперативно фиксировать новую реальность. А немногочисленные исследования по теме быстро устаревают. Это делает исследование автора крайне своевременным, необходимым как для теоретиков, так и для практиков.

Интерес Д.О. Швыкова к разработке заявленной темы обусловлен, прежде всего, тем, что автор уже много лет трудится в сфере медиаспортивной коммуникации и результаты исследования могут быть актуальны для его профессиональной деятельности.

В ходе работы над исследованием автор опирался на труды ведущих отечественных и зарубежных исследователей в областях трансформации цифровой среды, медиаспортивной коммуникации, актуальных практик взаимодействия с аудиторией, медиапотребления.

Практическое исследование опирается на широкую эмпирическую базу. Автор опросил 25 экспертов в области спортивного SMM на российском медиарынке, большинство из которых являются ведущими профессионалами в этой области, с использованием ряда методов проанализировал огромный объем контента российских спортивных СМИ в социальных сетях, изучил существующую документальную базу.

В результате исследования автор пришел к выводу, что SMM в системе современных российских медиаспортивных коммуникаций выполняют функцию дополнительного медиатора, формируя новые коммуникативные цепочки. Функционал SMM-подразделений в российских спортивных СМИ достаточно разнообразен, но в первую очередь сводится к генерации трафика на основных площадках и созданию оригинального актуального контента.

В качестве значимых результатов исследования также можно отметить утверждение автора о том, что ключевыми практиками в работе российских спортивных СМИ в соцсетях являются создание тематических сообществ для охвата узкоспециализированной фрагментированной аудитории, вирусные и конкурсные механики, а также кроссплатформенное продвижение своих соцсетей с помощью главных медиаресурсов – сайтов и эфиров. Также автор отмечает существование сразу несколько моделей продвижения профессиональных спортивных СМИ в соцсетях.

Новизна результатов исследования состоит в том, что был осуществлен комплексный анализ SMM-деятельности российских спортивных СМИ в современных условиях. Получено качественное новое знание, основанное на анализе как теоретической базы, так и, что особенно ценно, оценке наиболее актуальных практик работы современных спортивных СМИ в социальных медиа. Д.О. Швыков, более десяти лет трудится в области медиаспорта, имеет обширные профессиональные связи. В данный момент он является руководителем SMM-отдела одного из крупнейших российских спортивных сетевых изданий. – «Чемпионат». Это позволяет утверждать, что Д.О. Швыков в данный момент является из наиболее авторитетных профессионалов в той области, которую он выбрал для исследования. Это позволяет утверждать, что диссертация обладает безусловной новизной и актуальностью.

Результаты исследования были апробированы автором в рамках нескольких международных научно-практических конференций, а также в виде четырех научных статей, опубликованных в рецензируемых научных изданиях из списка ВАК, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Диссертационное исследование в своем законченном виде, считаю, будет крайне востребованно как в отечественной теории медиа, так и актуально для широкого круга практиков, работающих в системе медиаспортивных коммуникаций, студентов и аспирантов, начинающих путь

в этой сфере. Практические выводы работы, как представляется, будут наиболее актуальны, поскольку представленное исследование демонстрирует наиболее актуальные тенденции в продвижении спортивных СМИ в социальных сетях на отечественном рынке.

В целом, считаю, что Д.О. Швыков продемонстрировал в своем исследовании высокое качество анализа, умение конвертировать свои высочайшие практические навыки в теоретическое исследование, актуальное как для практиков, так и для теоретиков, занимающихся проблемами медиаспортивной коммуникации.

Итоговый текст диссертации рекомендую к защите в диссертационном совете Московского университета.

Кандидат философских наук,
доцент кафедры теории и
экономики СМИ

М.И. Бабюк

«18» мая 2026 года

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ: БАБЮК МАКСИМ ИВАНОВИЧ

Кандидат философских наук, доцент.

Доцент кафедры теории и экономики средств массовой информации
факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Адрес: 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1, ауд. 120а

Тел.: +7 (495) 629-74-35

Адрес официального сайта вуза: <http://www.journ.msu.ru>

E-mail: babyukmi@my.msu.ru