

ОТЗЫВ

председателя диссертационного совета на диссертацию Дегтяровой Ольги Викторовны на тему: «Коммуникативные стратегии медиахолдингов Украины в легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп», представленную на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 10.01.10. – Журналистика

Актуальность темы диссертационного исследования обстоятельно изложена во введении. К ним относятся обстоятельства как глобального порядка — втянутость Украины в перекраивание системы международных отношений и построение многополярного порядка, так и частно-профессионального — необходимость анализа патернализм-иерархического типа политической коммуникации, в котором слабые СМИ противостояли сильным партиям или партийным блокам. Последнее обстоятельство стало результатом нарушения принципа «равноудаленности», рассчитанного на отказ исполнительной власти от создания привилегированного режима — одним корпоративным бизнес-группам в ущерб другим. Несмотря на затянувшийся период подготовки и защиты диссертационной работы, проблемы, лежащие в фокусе научного анализа не только не утратили своего значения, но и приобрели новое звучание, значимость и даже перспективу исследования.

Особую остроту и значимость исследованию придает междисциплинарный характер анализа — на фоне освоения современных рыночноориентированных методов управления медиабизнесом автор рассматривает динамику установления взаимодействия средств массовой информации с финансово-промышленными группами, возможность их воздействия на политические процессы.

В качестве теоретической основы автор избрал разработки по политической коммуникации и политической журналистике зарубежных, российских и украинских ученых, среди которых исследования, освещавшие события и факты, происходящие на Украине на рубеже XX и XXI столетия, труды посвященные особенностям развития медиаиндустрии Украины и проблемам концентрации СМИ.

Научная новизна кандидатской диссертации О. В. Дегтяревой обусловлена следующими концептуальными позициями:

- представлением коммуникационных стратегий украинских медиахолдингов, принадлежащих финансово-промышленным группам в качестве предмета исследования;
- включением в научный оборот большого объема новых данных об украинских ФПГ и медиахолдингах, их коммуникационных стратегиях, процессах концентрации СМИ в условиях борьбы за власть в Украине;

- выявлением места и роли СМИ в обеспечении легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп Украины на примере корпоративных стратегий медиахолдинга В. Пинчука и И. Коломойского в период президентских и парламентских избирательных компаний;
- выявлением факторов формирования режима «олигархического капитализма» в Украине и связанного с ним патернализм-иерархического типа политической коммуникации;
- определением хронологии и динамика развития медиахолдингов, их корпоративных стратегий на фоне трансформации украинского рынка СМИ и системы власти в целом.
- характеристикой предпосылок возникновения как Оранжевой революции 2004 г., так и «Евромайдана» («Революции достоинств») 2014 г.

Объектом исследования выступили украинские медиахолдинги, контролируемые финансово-промышленными группами, а предметом — стратегии коммуникационного поведения медиахолдингов Украины «СтарЛайтМедиа» и «1+1 Медиа» в процессе борьбы за политическую власть.

Заявленная цель — выявление особенностей развития медиахолдингов и выявление их места и роли в качестве инструмента управления деловой репутацией осуществляется на примере медиахолдингов Украины «СтарЛайтМедиа» и «1+1 Медиа».

Ключевая позиция автора, составляющая гипотезу исследования состоит в том, что представители финансово-промышленных групп Украины создавали медиахолдинги для управления репутацией и использования СМИ в политико-управленческой практике.

На пути достижения заявленной цели — выявления особенностей развития медиахолдингов, исследования их места и роли в качестве инструмента управления деловой репутацией, автором последовательно решается ряд задач: устанавливается тип политической коммуникации и выявляется взаимовлияние политик и СМИ в условиях легитимации политических процессов на Украине с помощью масмедиа; выявляется роль и место СМИ в качестве репутационного ресурса финансово-промышленных групп; рассматриваются политические и социально-экономические предпосылки становления медиахолдингов как субъектов медиарынка Украины, их зависимость от финансово-промышленных групп; анализируются корпоративные стратегии и предвыборный дискурс программного контента и текстов СМИ на примере двух конкурирующих медиахолдингов «СтарЛайтМедиа» В. Пинчука и медиахолдинга И. Коломоцкого в период избирательных кампаний.

Системный и структурно-функциональный анализ позволяющий диссидентанту рассматривать как политическую систему в целом, так и совокупность медиахолдингов как

систему, дополнен в работе применением метода компартистики, экспертным интервью, контент-анализом.

Работа строится на основательной эмпирической базе, включающей официальные сообщения, интервью, отчеты, пресс-релизы, мониторинги, социальные опросы и исследования, материалы периодических изданий. Достаточно отметить, что автор провел интервью с журналистами и экспертами украинского медиарынка, осуществил контент-анализ информационных материалов массмедиа, набрав, таким образом, 400 единиц анализа.

Следует отметить основательную апробацию материалов исследования — автор выступала с докладами и тезисами на международных, зарубежных, межвузовских конференциях, опубликовала 10 статей в научных журналах, в том числе необходимое количество в изданиях из перечня ВАК.

Структура диссертационного исследования традиционна и состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка литературы и приложений.

Работа выполнена на разнообразной и широкой источниковедческой базе — около шести сотен источников, среди которых монографии, диссертационные исследования, научные статьи, позволившей автору всесторонне и с высокой вероятностью достоверности выполнить исследование.

Если в первой главе анализируется политическая и социально-политическая ситуация в стране, а вторая посвящена процессу установления контроля над СМИ со стороны ведущих финансово-промышленных группировок, то третья глава полностью соответствует своему названию и в ней представлены стратегии медиахолдингом «СтарЛайтМедиа» В. Пинчука и «1+1 Медиа» И. Коломойского. Хотелось бы обратить внимание именно на эту третью главу. В ней автор анализирует политические стратегии и предвыборный дискурс программного контента СМИ медиахолдингов, проводит сравнительный анализ медиактивности В. Пинчука и И. Коломойского, выявляет динамику сообщений, каналы распространения информации, тип СМИ, тональность сообщений и ряд других параметров.

Автор весьма удачно сочетает опору на зарубежных исследователей, изучающих феномен концентрации СМИ и стратегии компаний с использованием разработок отечественных ученых по актуальным проблемам развития национальных медиасистем.

В качестве положительных и даже инновационных характеристик работы является, с одной стороны, погруженность в конкретику организации медиабизнеса с целью извлечения прибыли, усиления конкурентоспособности, повышения рентабельности, а с другой — обобщение, вплоть до абстрагирования, с целью обнаружения скрытых взаимосвязей бизнеса и политики, выявления перспектив развития политических событий в условиях активного включения в политическую борьбу финансово-промышленных группировок и их

лидеров. Именно в этом проявляется перспективность дальнейшей разработки намеченных и частично проведенных в диссертации исследований.

Отличительной чертой работы О. Дегтяровой является живой, доступный и одновременно научный стиль письма, разносторонность оценок и оценочных суждений, убедительная аргументация, подтвержденная конкретными фактами и ссылками на источники. По всему тексту работы видна основательность исследовательской технологии, достоверность использованных фактов, аргументированность и обоснованность выводов.

Результаты диссертационного исследования имеют не только теоретическое, научное значение, но научно-практическое, которое заключается в том, что они могут быть использованы специалистами в области политического менеджмента для анализа, разработки и совершенствования политических связей и отношений в современном обществе.

Исходя из намеченных автором целей и задач, они решены и цель достигнута. Что касается замечаний и недостатков, то они могут быть отмечены лишь в плане дальнейшего совершенствования работы и развития темы. Мы исходим из поставленной автором цели и заявленных задач. Поэтому считаем возможным высказать лишь предложения, которые направлены на улучшение работы и носят рекомендательный характер. Так, например, возможно уточнение степени научной разработанности темы. Во введении автор довольно лаконично утверждает, что «в научной литературе мало работ, касающихся истории создания, условий деятельности и особенностей формирования долговременных стратегий развития украинских медиахолдингов» (с. 5). Наверное, строже следовало бы отнестись к корреляции структуры работы, задач исследования и положений, выносимых на защиту.

Обзор диссертационного исследования позволяют утверждать, что работа выполнена на достаточно хорошем теоретико-методологическом уровне, является законченным и цельным исследованием, обладающим научной новизной и практической значимостью.

Диссертация Дегтяровой Ольги Викторовны на тему: «Коммуникативные стратегии медиахолдингов Украины в легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп» соответствует основным требованиям, установленным Приказом от 01.09.2016 № 6821/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете», соискатель Дегтярова Ольга Викторовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата политических наук по специальности 10.01.10. – Журналистика. Пункт 11 указанного Порядка диссертантом не нарушен.

Председатель диссертационного совета
доктор политических наук, профессор,

профессор кафедры международной журналистики

Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Санкт-Петербургского государственного университета

25.02.2019

Лабуш Н.С.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Н.С. Лабуш".