

ОТЗЫВ

председателя диссертационного совета на диссертацию

БАЙЧИК АННЫ ВИТАЛЬЕВНЫ

**«МАССМЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО ЦЕННОСТНОГО
КОНФЛИКТА»**

представленную на соискание ученой степени доктора политических наук
по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Диссертационное исследование А. В. Байчик выполнено на важную и актуальную для современной политической теории массмедиа тему. Данный вывод обусловлен следующими обстоятельствами.

Во-первых, для современной теории журналистики вопрос о характере участия массмедиа в конфликтных политических и социальных взаимодействиях в условиях цифрового транзита и постановки под вопрос до недавнего времени доминировавшей вестернизированной либеральной нормативной модели функций, миссии и статуса журналистики является крайне острым и актуальным. Мы становимся свидетелями нового витка глобальной конфронтации и видим, как нарастает конфликтность как во внешнеполитическом измерении, так и во внутривнутриполитических процессах в различных государствах. С сожалением приходится признать, что массмедиа в этих конфликтных взаимодействиях по своим социально-политическим функциям весьма далеки от той роли независимого источника информации, которую им предписывает нормативная теория медиа XX века. Эти динамические процессы требуют нового осмысления и поиска новых теоретико-методологических инструментов. И остается только признать, что прагматическая актуальность избранной автором темы исследования, несомненная уже в годы, когда работа задумывалась и писалась, стала еще более острой в год ее защиты.

РК №33-06-446 от 11.08.2022

Во-вторых, исследования масс-медиа и их политического функционирования многие десятилетия, едва ли не с самого их зарождения развивались в рамках традиционных, условно говоря, одномерных, или, в лучшем случае, плоскостных метапарадигм. Национальные системы СМИ как правило описывались в диахронии с применением темпорального аналитического измерения с выделением также институционального измерения или измерения типа медиаканала. В условиях наметившегося в первые десятилетия XXI века пространственного сдвига в метаметодологическом теоретизировании в социальных науках очевидно назрел вопрос о возможности и релевантности применения пространственного моделирования в теории массмедиа. И следует отдать дань уважения автору рецензируемой работы, что именно она фактически отрывает новую методологическую страницу в медиаисследованиях.

В-третьих, актуальность работе придает тот факт, что она построена на базе анализа и обобщения самых современных трендов цифровой трансформации социума. При этом важно отметить, что автор выходит за узкие рамки аналитической рефлексии того, что цифровая революция делала и делает с самими средствами массовой информации. Кроме этого, несомненно важного аспекта, она обращает свое внимание к трансформации аудитории, к тем сложным индивидуально-психологическим и массово-психологическим процессам, которые меняют саму природу медиакommunikации и определяют мультипликацию конфликтного потенциала массмедиа.

В-четвертых, важно, что в фокус диссертационного исследования поставлен ценностный конфликт. Если исходить из диспозициональной модели иерархии факторов социального поведения, именно ценности представляют собой сердцевину, или, если угодно пользоваться другой метафорой, острие копья формирования диспозиции. И в то же время, именно расколы (cleavages) в ценностях, реальные или навязанные информационной средой лежат в основе динамики самых острых социальных конфликтов. И

наконец, если смотреть с позиций теории социального управления, элиты, в распоряжении которых находятся медиаресурсы, раз за разом используют последние для социальной мобилизации через апелляцию к ценностным аргументам или к эмоциям, опосредованной замкнутым на ценностную мотивацию. И в этом плане сведение в одном исследовательском фокусе категорий ценностей, конфликта и всего комплекса категорий медиаполитологии представляется не только своевременным и актуальным, но еще и важным методологически.

В качестве цели исследования автор ставит комплексное изучение массмедийного пространства как среды конфликтогенеза в условиях медиатизации социальных процессов.

Для реализации поставленной цели в рецензируемой работе последовательно решаются следующие задачи (с. 20-21):

1. обосновать возможности использования пространственного подхода при анализе процессов конфликтного взаимодействия субъектов ценностей в пространстве массмедиа;

2. раскрыть особенности проявления социальных противоречий и конфликтов в условиях современной информатизации общества;

3. выявить основные противоречия российского общества в условиях глобализации и информатизации всех сфер общественной жизни, обуславливающих конфликтность социального пространства;

4. определить категориальный статус концепта «массмедийное пространство», сформулировать гносеологические и методологическое значение концепта «массмедийное пространство» для теории СМИ и массмедийной практики;

5. выявить и описать пространственные характеристики информации посредством сравнительных характеристик информационного, медийного и массмедийного пространства;

6. раскрыть механизм динамики конфликта ценностей в массмедийной среде социального пространства;

7. сформулировать и обосновать центральную роль ценностных противоречий в конфликтогенезе российского социального пространства;
8. проанализировать динамику массмедийного пространства современной России;
9. выявить роль массовой информации в генезисе ценностного конфликта и динамике его трансформации;
10. установить характер субъект-объектных отношений массмедийного пространства и опосредованную роль средств массовой информации в ценностном конфликте;
11. проследить динамику ценностного конфликта в массмедийном пространстве, выявляя его особенности и представляя к анализу диапазон конфликтных взаимодействий вплоть до ценностного раскола и массмедийной войны;
12. проанализировать особенности личностного восприятия в ценностном конфликте, обусловленные противоречивостью массмедийного пространства и соперничеством акторов политического процесса;
13. эксплицировать реальность институциональных параметров массмедийного пространства и виртуальность создаваемых образов и смыслов, трансформирующихся в общественном и личном сознании;
14. охарактеризовать антропогенную природу и выявить антропогенные характеристики массмедийного пространства;
15. исследовать порождаемость новыми медиа виртуальности массмедийного пространства и его влияние на формирование ценностного восприятия действительности.

Рассмотрение представленного текста позволяет сделать вывод о том, что поставленная цель достигнута, поставленные задачи решены, причем обоснованы интересные авторские решения, обладающие несомненной научной новизной. Хотя, в порядке академической рекомендации, просьба не считать это академическим брюзжанием, отметим, что в рамках логики научного познания задачи, начинающиеся со слов «рассмотреть», «изучить»,

«проанализировать» в строгом смысле являются не содержательными задачами, а скорее способами решения собственно содержательных задач.

Структура работы отвечает поставленным задачам и является логичной и обоснованной. Диссертация состоит из введения, четырех содержательных глав и заключения. Библиография насчитывает 900 источников на русском и иностранных языках и производит солидное впечатление.

Во введении продемонстрировано глубокое погружение автором в проблематику диссертационного исследования: А. В. Байчик проводит детальный обзор академической литературы по выбранной теме, определяет существующие пробелы в научном знании о пространственном моделировании медиасферы, о конфликтогенном потенциале медиа в условиях современного информационно-сетевом общества, о ценностных расколах в современной России и формулирует цель, достижение которой позволяет автору закрыть часть из них. Также во введении корректно определяются предмет, объект и методологический базис исследования.

Первая глава диссертации посвящена фундаментальному обзору литературы и изложению собственных позиций автора по проблематике теории ценностного конфликта. Производит впечатление как широта охвата теоретических подходов и, так и скрупулезность авторского анализа. Соблюдая строгую логику теоретического анализа сложных социальных феноменов, сначала А. В. Байчик обращается к рассмотрению категории социальных противоречий, далее на этом фундаменте переходит собственно к категории конфликта. Отдельный параграф посвящен ценностям, как предмету конфликтного взаимодействия в социуме. Особенно значимым в контексте целей работы является параграф 1.4., посвященный ценностному конфликту. Крайне важно, что при анализе ценностного конфликта автор использует не один, а сразу три методологических подхода — деятельный, системный и аксиологический, что позволяет представить изучаемый феномен комплексно (с. 99-103). В заключительном параграфе представлено понимание характеристик включения медиа в опосредование восприятия

Во второй главе, обладающей несомненными характеристиками научной новизны, А. В. Байчик обращается к категории информационного пространства – одной из опорных категорий диссертационного исследования. Отталкиваясь от фундаментального обзора классических и современных подходов к пониманию информации, она далее обращается к пространственной традиции в современной науке, анализирует пространственную интерпретацию социальных отношений и затем переходит к сущностным характеристикам информационного пространства. Именно этот, третий параграф второй главы представляется наиболее значимым в деле решения важных теоретических задач, поставленных автором.

Третья глава диссертации посвящена углубленному анализу массмедийного пространства, как компонента информационного пространства. А. В. Байчик логично производит редукцию рассматриваемого онтологически соподчиненного ряда, двигаясь от информационного пространства к медийному и далее – к массмедийному, далее раскрывая двойственность последнего, функционирующего в рамках оппозиции реальность – виртуальность. Представляется методологически крайне важным обоснование автором тезиса о том, что «несмотря на идентичное использование ... терминов «медиапространство» и «массмедийное пространство», в строго научном плане эти категории, как и явления, стоящие за ними, имеют отличия, затушевывание или сознательное игнорирование которых приводит к существенным ошибкам.» (с. 258). Далее в диссертации раскрывается субъектное наполнение рассматриваемого пространства и последнее рассматривается в контексте антропологической интерпретации. Уже в этой главе мы видим, как автор, рассматривая внутреннюю динамику массмедийного пространства, раз за разом аргументированно обращается к проблематике включения медиаакторов в ценностные конфликты, и шире – в конфликты как таковые. Нельзя не признать обоснованной в этой связи критику автором позиции М.Мельникова, когда она полагает, что: определение предложенных Мельниковым моделей как идеальной и реальной

«является нецелесообразным и неверным, т. к. они содержат в себе содержательный смысл теоретической и практической модели. Поэтому, ...точнее было бы их определить как позитивную — ведущую к разрешению конфликта, и негативную — углубляющую раскол и раздувающую проблемы, лежащие в основе конфликтных взаимоотношений» (с. 297).

Заключительная, четвертая глава рецензируемой работы помимо своего теоретического наполнения носит практико ориентированный характер и опирается на анализ крайне актуальных реалий функционирования не только медийного, но и ценностного пространства современной России. В этой главе автор последовательно раскрывает и аргументирует выносимую на защиту концепцию разворачивания ценностного конфликта в массмедийном пространстве. Логично начиная с описания противоречий российского информационного общества, далее она переходит к рассмотрению массмедийного пространства современной России и на этом основании производит детальный анализ ценностных расколов (cleavages) и характера включения медиаакторов в разворачивающийся ценностный конфликт. Представляется важным и обоснованным тот факт, что автору понадобилась категория информационной войны для аналитической интерпретации происходящих в массмедиапространстве процессов. Логика работы приводит автора, и вслед за ним читателя к важному выводу о том, что «...в этом контексте целесообразно рассматривать собственно СМИ как ценности. Ведь именно «благодаря им» и возникает ценностный конфликт. А если точнее, СМИ выступают одним из ключевых звеньев в механизме запуска конфликта ценностей...» (с. 406).

В целом представленная к защите диссертация представляет собой законченную авторитетную академическую работу, опирающуюся на широкий круг фундаментальных источников, предлагающую перспективный научный аппарат, имеющую значимые элементы научной новизны. Работа написана логично, оформление работы соответствует установленным требованиям.

Апробация результатов исследования осуществлена на авторитетных международных конференциях. Основное содержание диссертации отражено в необходимом и достаточном количестве публикаций в монографиях высокорейтинговых научных журналах.

При общей высокой позитивной оценке рецензируемой работы, следует отметить, что она не свободна от ряда слабых мест и дискуссионных позиций. К числу наиболее существенных проблемных и дискуссионных мест диссертации отнесем следующие.

Во-первых, вызывает вопросы авторская концепция динамики информационного пространства и собственно понимания медийного пространства. Так, на с. 259 автор пишет: «Переход к постиндустриальному обществу характеризовался насыщением социума средствами информации и коммуникации, создающими новое качественное состояние информационного пространства — медийное пространство. Таким образом, медийное пространство — есть пространство, в котором информация циркулирует на основе применения технических средств передачи». Данный тезис и данное определение требуют отдельного обсуждения. Начнем с того, что автор в других разделах своей работы сама признает, что медийное пространство есть подпространство информационного пространства, что они соотносятся как часть и целое. И в этом плане введение категории состояния для обозначения их соотношения представляется по меньшей мере неточным. Часть не может быть состоянием целого. Далее, мы полагаем, что медийное пространство как часть информационного пространства начало свое существование задолго до перехода к постиндустриальному обществу. Равно как и медиатизация началась существенно раньше. Просто медиумы были другого типа. Вся история распространения мировых религий — это история медиатизации. Разве Библия и Коран — не медиум и не средство передачи информации? Пророки, апостолы, проповедники, отталкивающиеся от Писания. Это все было в медийном пространстве, где медиумами-посредниками были как священные книги, так особые профессиональные медиумы - проповедники,

священнослужители. Подчеркнем, профессиональные! Значит медийное пространство формируют любые медиумы, а не только технические средства передачи.

Аналогичное замечание сделаем и по поводу тезиса о пересечении и переплетении информационного пространства и пространства знаний (с. 269). Пространство знаний не может существовать никак, кроме как в форме информации. Поэтому оно не пересекается с информационным пространством, а целиком входит в него как подпространство.

Во-вторых, представляется неточным авторское определение медиареальности. На с. 277 автор пишет: «Медиареальность — это комплекс образов действительности, константно производимый и транслируемый СМИ в адрес совокупности реципиентов в форме медиасообщений». С нашей точки зрения это определение идеально подходит для другого понятия — «МАССМЕДИАРЕАЛЬНОСТИ». Именно массмедиаареальность формируется за счет интериоризации информации из СМИ. А медиареальность шире, в нее помимо массмедиаареальности входит реальность, формируемая у реципиента за счет коммуникации с другими медиумами/посредниками (вспомним модель коммуникации Вестли-Маклина) — референтным окружением, инфлюенсерами и т.п.

В-третьих, не в полной мере можно согласиться с авторской трактовкой субъектного состава информационного пространства. На с. 284 автор пишет: «Обычно под субъектами информационного пространства понимали печатные СМИ, телевидение, конкретные редакции, владельцев СМИ. По мере появления в информационном пространстве новых медиа и концептуализации медийного, а в нашем прочтении массмедийного пространства к субъектам этого пространства добавляется и сам человек.» Прежде всего, требует комментария сам характер вводимого тезиса. Что значит «обычно понимали»? При таких серьезных постановках следует привести ссылки на теоретиков, следовавших такому пониманию. Но дело не только в этом. Мы не можем согласиться с тем, что в период до цифровой революции индивид, личность не

являлись субъектами информационного пространства и медиапространства. В теории коммуникации под субъектами, участвующими в информационных отношениях/взаимодействиях, т.е. под коммуникативными акторами понимаются любые социальные субъекты, выполняющие функцию источника или получателя информации. И отправление сообщения, и его получение, то есть восприятие, декодирование, интерпретация и реагирование – это, с одной стороны, виды информационной деятельности, а с другой - виды субъектного социального действия, в котором задействованы когнитивный и аффективный контуры психики субъекта.

И далее, мы полагаем, что человек, отдельная личность не «появилась» а всегда была субъектом медиапространства. Человек там всегда был. И до эпохи новых медиа и Веб 2.0. Вспомним строки Священного писания. Разве можно считать лишенными субъектности иудеев, наблюдавших, как Иисус сделал зрячим слепорожденного, да и самого слепорожденного. Они - активные субъекты, они внимают и реагируют, неверующие - да уверуют, вот смысл послания Сына Божия. Уверуют, и далее понесут веру, как медиумы, субъекты медиапространства. В этом и смысл чуда. Все эти люди - полноценные субъекты информационных отношений. И для Него. И для нас, исследователей коммуникации. Добавим, кстати, что в этом случае мы имеем дело со вполне ценностным выбором.

В-четвертых, с нашей точки зрения, некоторые тезисы автора, посвященные негативным сторонам функционирования современных российских СМИ представляются излишне обобщенными и недостаточно конкретизированными. Так на с. 348 она пишет: «В медиапространстве ведущие игроки медиарынка борются за максимизацию прибыли и монополизацию отрасли. Поэтому прибегают к намеренному искажению фактов, когда глубокий анализ текущей ситуации может заменяться поверхностными выкладками, не основанными на достаточной аргументации и веской доказательной базе, что в конечном счете зачастую приводит к формированию ложной картины происходящего и к росту напряженности и

конфликтности в обществе». Обратим внимание, что этот тезис сформулирован в настоящем времени. Мы полагаем данное высказывание слишком общим. Оно достаточно серьезное, критическое и поэтому требует эмпирического подтверждения. Возникают вопросы, ведущие игроки это кто? Кого имеет в виду автор? ВГТРК? Газпром-медиа? 1 канал? Или всех вместе?

В целом, понятно, что работа была завершена до начала спецоперации и поэтому содержит ряд тезисов и выводов, характерных для периода до 24.02.2022 и мы не в праве критиковать автора за те обобщения, которые она делала, опираясь на тренды развития России и российского массмедиапространства последнего десятилетия. Но отметим, что многие выводы и обобщения, сделанные до начала информационной агрессии и когнитивной войны против России, абсолютно точно соответствуют реалиям времени. Скажем больше, все что в диссертации написано по теории ценностного конфликта, информационных войн не просто не утерюло своей актуальности, но и является необходимым и своевременным.

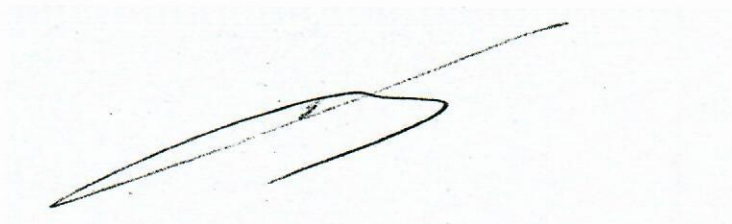
Есть в работе небольшие неточности и технические погрешности, которых на удивление немного в фундаментальном тексте почти на 500 страниц.

Еще раз отметим, что данные замечания есть скорее приглашение к дискуссии и предложения по развитию и уточнению ряда положений рассматриваемой диссертации. Они ни в коей мере не снижают общего позитивного отношения к ней и не ставят под сомнение новые научные результаты, полученные автором, и в целом общую научную ценность текста.

Еще раз отметим высокую степень научной новизны полученных результатов, их глубину и масштабность, что, без сомнения, соответствует высокому уровню требований к докторским диссертациям.

Диссертация Байчик Анны Витальевны на тему: «МАССМЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО ЦЕННОСТНОГО КОНФЛИКТА» соответствует основным требованиям, установленным Приказом от 19.11.2021 № 11181/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном

университете», соискатель Байчик Анна Витальевна заслуживает присуждения ученой степени доктора политических наук по научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика. Пункты 9 и 11 указанного Порядка диссертантом не нарушены.



Председатель диссертационного совета
доктор социологических наук, профессор
зав. кафедрой связей с общественностью
в бизнесе ФБГОУ ВПО
«Санкт-Петербургский государственный
университет»

Д. П. Гавра

04.08.2022