

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета на диссертацию Вартанова Сергея Александровича на тему: “Медиакоммуникационная индустрия как социально-экономическая система: механизмы функционирования, методы анализа и моделирования”, представленной на соискание ученой степени доктора социологических наук по научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Актуальность темы диссертационного исследования определяется необходимостью изучения проблем, связанных с потребностью осмысления медийной составляющей современного общества, которая возрастает и видоизменяется, трансформируется, проникая в различные сферы жизнедеятельности общества, воздействуя на них. Сложные процессы, связанные с медиа, требуют их глубокого и всестороннего изучения.

Эта проблематика является емкой и острой для современной социологической науки в целом в силу следующих обстоятельств. Во-первых, цифровизация, медиатизация, изменение практик потребления медиа в конвергентной среде, усиление влияния цифровых платформ и многие другие тенденции, приводят к трансформации коммуникационных процессов, изменению роли журналистики, массмедиа и социальных медиа в современном российском обществе.

Во-вторых, проникновение цифровых медиатехнологий во все сферы общественной жизни формирует медиатизацию окружающей реальности, что ставит перед исследователями актуальную задачу понимания принципов функционирования традиционных и социальных медиа, а также природы их взаимодействия между собой и с аудиторией.

В-третьих, возникает потребность в обосновании прикладных методов исследования указанных процессов.

Задачей социологической науки, таким образом, является обоснование в том числе и обобщающих положений, следование которым позволит обеспечить разработку теоретико-методологических подходов к социологическому анализу и моделированию медиакоммуникационной индустрии как социально-экономического явления с выявлением ее основных характеристик и разработкой методов ее изучения. Эти перспективы, по всей видимости, определили выбор темы данного научного исследования, его высокую теоретическую и социальную значимость. Поэтому диссертационное исследование Вартанова Сергея Александровича, в которой с позиций теории медиакоммуникации и журналистики предпринята попытка социологически осмыслить механизмы функционирования медиакоммуникационной индустрии, методы ее анализа и моделирования, представляется актуальным.

Диссертация состоит из введения, пяти глав, заключения, списка литературы (413 наименований на русском языке и 448 – на иностранных языках).

Диссертационное исследование, его проблематика и характер анализируемых материалов соответствуют паспорту научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Методология диссертационного исследования базируется на полипарадигмальный подход, сочетающий в себе элементы деятельностный, аксиологический и системный подходы, а также элементы структурно-функционального и интегрального подходов, что способствует реализации интегрального видения изучаемого объекта.

Важным **научным результатом** диссертационного исследования, определяющим и его научную новизну, и его теоретическую и практическую значимость является разработка авторской концепции медиакоммуникационной индустрии как социально-экономической системы, объединяющей основные группы субъектов, реализующих медиакоммуникационные отношения по поводу производства, распределения, обмена и потребления медиакоммуникационного продукта.

Это позволяет обозначить и другие результаты представленной работы, также обладающие признаками новизны.

Во-первых, обоснование медиакоммуникации в качестве категории социально-экономического анализа: а) как совокупности потоков социально значимой информации, целесообразно создаваемой социальными акторами, распространяемой через институциональных и неинституциональных посредников (медиа), потребляемой медиааудиториями и имеющей эффект; как б) единства и взаимодействия информационно-коммуникационных технологий и технологических платформ, включающих оборудование и программное обеспечение, обеспечивающих производство, хранение и распространение содержания как главного продукта медиакоммуникационной индустрии.

Во-вторых, охарактеризованы новые черты медиакоммуникационной индустрии. К ним относятся: удовлетворение информационно-коммуникационных потребностей различных социальных субъектов; специфика продукта индустрии (содержание продукта, аудитория для организации доступа рекламодателям как вторичный продукт, преимущественно цифровая форма производства и в большинстве случаев существования основного продукта); полисубъектная структура индустрии, складывающаяся из рынка содержания, на котором присутствуют производители цифрового содержания (традиционные СМИ и рекламные агентства, и новые авторы – блогеры, инфлюенсеры, лидеры общественного мнения, субъекты интегрированного с ним рынка распространения (ИТ-компании, телекоммуникационные операторы, провайдеры доступа в Интернет, цифровые платформы и т.п.); обслуживание как традиционных процессов массовой коммуникации, так и процессов межличностной, групповой, организационной (корпоративной) и других видов социальной коммуникации.

В-третьих, обоснованы основные тенденции динамики развития медиакоммуникационной индустрии (индустриальная конвергенция медиа-, рекламной, телекоммуникационной и ИТ-индустрий, технологическая конвергенция внутри медиаиндустрии, возвышение цифровых платформ как нового типа предприятий медиакоммуникационной индустрии, рост значения больших данных в процессе функционирования медиакоммуникационных предприятий, усиление интерактивности социальных и межличностных коммуникаций, опосредованной медиа, изменение спроса аудитории на продукты и услуги цифровых медиакоммуникаций).

В-четвертых, обоснование инновационной роли рекламы в обеспечение инновационного функционирования медиакоммуникационной индустрии.

В-пятых, предложена методология моделирования медиакоммуникационной индустрии для анализа как внутри-индустриальных взаимодействий составляющих ее субъектов и эндогенных процессов медиакоммуникационной индустрии, так и межотраслевых связей как самой индустрии, так и отдельных ее субъектов на микро- и макроуровнях.

В-шестых, обоснование положения, что полисубъектность медиакоммуникационной индустрии для моделирования межотраслевых связей требует использования математического аппарата теории игр. В частности, трехсторонний рынок является минимальной по количеству типов агентов микроэкономической теоретико-игровой моделью, описывающей межотраслевое взаимодействие между производством и медиа через рекламу.

В-седьмых, показана роль равновесия Нэша, которая связывает между собой основные показатели трехстороннего рынка – объемы производства контента и товаров, фактическую структуру подрынков товара и медиаконтента, потребительский излишек, общественное благосостояние, и характеризуют состояние индустрии. Исследованные свойства подобных равновесий позволяют наиболее полно описывать и проводить исследования медиакоммуникационной индустрии в целом.

В-восьмых, представлена и апробирована авторская методика медиамониторинга, включающая отбор параметров, сбор и анализ данных о медиакоммуникационной индустрии в экономике и обществе государств и территорий. Применение данной методики для анализа отечественной медиакоммуникационной индустрии за 2000 – 2021 гг. позволило выявить нелинейный характер взаимосвязи отраслей и сегментов индустрии с национальной экономикой в контексте протекающих процессов цифровизации и всесторонней медиатизации общественной жизни, а также внешних шоков; доказать тесную неразрывную связь медиакоммуникационной отрасли с национальной экономикой России.

В-девятых, разработан интегральный индикатор развития медиакоммуникационной индустрии России, адекватно отражающий качественные особенности развития данной индустрии на региональном и национальном уровне как в вопросах сравнительной статистики (межрегиональные различия), так и в вопросах динамики ее реакций на внешнее давление.

В-десятых, сформулированы подходы к классификации регионов России в зависимости от режима функционирования индустрии на региональном уровне, ее роли и места в региональной экономике. Это позволило построить математическую модель зависимости макроэкономических показателей регионов и уровня развития региональных аспектов медиакоммуникационной индустрии, Подобная модель может быть использована при разработке сценариев и программ индустриального развития, а также решения иных прикладных задачах, в частности связанных с индикативным планированием.

Таким образом, в диссертационной работе Вартанова С.А. представлена обобщающая концепция медиакоммуникационной индустрии как социально-экономического явления, выявлены ее основные характеристики, предложены теоретико-методологические подходы к ее социологическому анализу и моделированию.

Автор последовательно в ходе своего исследования старается осуществить теоретический анализ проблемы в единстве методологического, теоретического и, добавим, эмпирического аспектов. Данный результат определяет высокий уровень качества представленного диссертационного исследования.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обусловлены комплексным анализом широкого круга публикаций по проблематике диссертации, а также использованием методов статистического анализа, моделей и методов математической экономики и прикладной математики для моделирования долгосрочного развития медиасистемы и связанных с ней рынков.

Теоретическая значимость исследования состоит в обосновании новой категории “медиакоммуникационная индустрия” как нового субъекта социально-экономических отношений, характерного для цифрового медиатизирующегося социума: выявлены ее сущность, субъекты и социально-экономические функции, определены основные характеристики и тренды в условиях цифрового преобразования общества; установлены особенности медиакоммуникационной индустрии как части национальной экономики и методологические основы социально-экономического исследования медиакоммуникационной индустрии; определены роль и место медиакоммуникационной индустрии в информационном обеспечении инновационного функционирования современного общества; дана общая качественная характеристика состояния медиакоммуникационной индустрии современной России и определены методологические основания количественного анализа состояния национальной медиакоммуникационной индустрии.

Научные результаты, обобщения и выводы применимы в качестве основы для дальнейших теоретических исследований медиакоммуникационной индустрии. Представленные в работе теоретические

положения развивают категориальный аппарат медиакommunikации и журналистики, способствуют дальнейшей разработке подходов к изучению медиатизации окружающей реальности, вносят вклад в развитие социологии..

Практическая значимость диссертации состоит в разработке и апробации авторской методики медиамониторинга, включающей сбор и анализ данных о текущем состоянии национальной медиакommunikационной индустрии и ее структурных частей, уровне жизни населения и инновационности экономики и позволяющей анализировать состояние и тренды развития медиакommunikационной индустрии.

Материалы диссертации могут использоваться при разработке рабочих программ дисциплин для студентов, бакалавров и магистрантов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям “Медиакommunikация”, “Журналистика” и “Социология”.

Замечания и вопросы к диссертационной работе

Представленная диссертационная работа не свободна от недостатков. Отметим лишь некоторые из них:

1. В работе фактически нет рефлексии влияния современных политических событий на динамику медиакommunikационной индустрии. В частности, закон об иноагентах привел к существенному реформатированию на рынке массмедиа. Часть из них просто ушли с рынка. В этой связи возникает вопрос, насколько предложенная Вами модель интегрального показателя способна учитывать факторы подобного рода.

2. Нельзя в полной мере согласиться с базовой установкой автора, реализуемой в первой и второй главах диссертации, когда рассматривая социальные функции медиакommunikационной индустрии в целом и отдельных ее сегментов, он оперирует только социально-позитивными функциями. Скажем, социализации или обеспечения удовлетворения общественно необходимых информационных потребностей. С нашей точки зрения, наряду с позитивными социальными функциями медиакommunikационная индустрия способна реализовывать и де-факто реализовывает и функции негативного плана. Fake news, ложь, манипулирование, нагнетание социальной напряженности, поиск врагов, навязывание пресловутой культуры отмены – все эти эмпирически фиксируемые социальные факты из повседневных социальных практик современных медиа свидетельствуют в пользу сформулированного тезиса. В этой связи хотелось бы понять, в силу каких причин в работе наблюдается дисбаланс в пользу социально позитивного функционала медиакommunikационной индустрии.

3. Требуется ответить и на вопрос о том, повлияет ли исключение целого ряда медиа из отечественной медиаиндустрии в связи с присвоением им статуса иноагента на общее состояние медиаиндустрии в России как части национальной экономики?

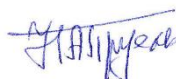
Настоящие недостатки не снижают общий высокий уровень работы.

Несмотря на замечания, диссертация соответствует критериям положения “О порядке присуждения ученых степеней в СПбГУ” (Приказ от 19.11.2021 № 11181/1).

Представленная диссертация является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи разработки комплексного подхода к наблюдению и анализу роли и места медиакоммуникационной индустрии в социально-экономической жизни страны на основе нового теоретического видения, создания адекватных теоретико-методологических основ ее анализа и моделирования развития, имеющей важное значение для развития медиакоммуникации и журналистики, в диссертации изложены новые научно обоснованные разработки, имеющие существенное значение для развития социологической науки.

Диссертация Вартанова Сергея Александровича на тему “Медиакоммуникационная индустрия как социально-экономическая система: механизмы функционирования, методы анализа и моделирования” соответствует основным требованиям установленным Приказом от 19.11.2021 № 11181/1 “О порядке присуждения ученых степеней в Санкт- Петербургском государственном университете”, соискатель Вартанов Сергей Александрович заслуживает присуждения ученой степени доктора социологических наук по научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика. Нарушения пунктов 9 и 11 указанного Порядка в диссертации не установлена.

Член диссертационного совета доктор социологических наук, доцент,
профессор Кафедры социального управления и планирования
Санкт-Петербургского
государственного университета



Н.А. Пруель

«26» июля 2023 г.