

**Отзыв****официального оппонента**

доктора филологических наук, доцента Самарцева Олега Робертовича  
на диссертацию Эль-Бакри Татьяны Владимировны  
на тему *«Развитие аудиовизуального производства в условиях цифровой трансформации российской медиасистемы»*, представленную на соискание  
ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9.

Медиакоммуникации и журналистика

**Актуальность темы диссертации**

Диссертация Татьяны Владимировны Эль-Бакри на тему **«Развитие аудиовизуального производства в условиях цифровой трансформации российской медиасистемы»**, несомненно, актуальна поскольку внедрение цифровых процессов в производство аудиовизуального контента на телевидении и в кинематографе создало новое поле взаимодействия аудитории и производителя, кардинально изменило формат взаимоотношений зрителя и создателя зрелища. Коренным образом изменились и принципы дистрибуции. Жёстко зависимый ранее от диктата вещателей и прокатчиков, сегодняшний зритель освобожден *OTT-* и *VOD-*сервисами, сам выбирает модель, время и содержание для просмотра. Автор справедливо полагает, что *«внедрение цифровых интерактивных информационно-коммуникационных технологий на рубеже XX–XXI вв. повлекло глобальную трансформацию технологических основ медиасистемы»* (С.3). Заглядывая дальше, стоит думать, что в конечном итоге глобальная цифровизация производства контента должна привести к глобальному пересмотру смысловых, содержательных основ окружающего нас информационного мира. Сейчас уже ясно, что предсказать направления этих трансформаций непросто, да и автор отмечает, что цифровые технологии *«потеряли уникальные особенности, присущие аналоговым технологиям в разрозненных сегментах кино и телевидения»* с.32. Вполне объяснимо, в этой связи, обращение автора к анализу деятельности *«производящих компаний»* или *«продакшн-компаний»*, которые, собственно, и удовлетворяют возросший

спрос российской аудитории на аудиовизуальное содержание вне зависимости от его происхождения - западного контента или же продукции национального производства. Аудиовизуальная продукция национального производства, все более вытесняет западную на отечественных кранах, и интерес к российскому кино резко повысился. К примеру, по итогам 2023 года просмотр российского контента на крупнейшем онлайн-кинотеатре "Кинопоиск" в течение года охватывает 81% аудитории, то есть 4/5 всех зрителей с тенденций дальнейшего роста, что симптоматично. Эти тенденции надо исследовать, они определяют потребление аудиовизуального контента не только в ближней, но и отдаленной перспективе. Тема диссертации, таким образом, чрезвычайно актуальна именно во время социально-экономической трансформации индустрии и общества в целом, которая началась едва ли не синхронно с трансформацией технологической, то есть в последние годы.

#### **Новизна исследования и полученных результатов диссертации**

Работа Татьяны Владимировны Эль-Бакри носит инновационный характер, поскольку в фокусе изучения - динамически изменяющийся объект – аудиовизуальное производство, вынужденное адаптироваться в цифровой среде, постоянно меняясь и трансформируясь. Автор едва ли не впервые в научной литературе анализирует формирование **российского** сектора производства **цифрового видеоконтента** и систематизирует данные о его основных этапах в единой **обобщенной модели**. Особую ценность представляет собственная авторская периодизация этапов **развития российских видеосервисов**, формулировка характеристик развития и продвижения российских аудиовизуальных проектов в виде медиафраншиз – поскольку этот тренд набирает все больший размах и, возможно, будет определять медиапроизводство в ближайшие годы.

#### **Значимость для науки и практики полученных результатов**

Проведенное исследование позволяет расширить научные и практические представления о функционировании российских

аудиовизуальных производителей, понять механизм вертикальной дезинтеграции в организации производства на новом этапе развития индустрии. Исследование *OTT*-сервисов, медиафраншиз и механизмов влияния полисубъектной медиасреды на продвижение аудиовизуального контента в отечественном кинопроизводстве позволяют лучше понять закономерности функционирования российских медиапроизводителей в контексте глобальной медиасистемы, создающей продукт для мирового рынка медиа и развлечений.

### **Обоснованность и достоверность основных положений, результатов и выводов диссертации**

В диссертации обозначены четкие временные рамки: вертикальная дезинтеграция производящих компаний с 1990-х гг., цифровизация производства контента – в 2000-х гг., цифровизация телевидения и кинопроката с 2010-х гг. формирование *OTT*-сервисов с середины 2000-х гг. и с начала 2010-х гг. – отчетливое проявление упоминаемых в исследовании процессов в российском аудиовизуальном производстве. Всего были изучены данные о деятельности более 170 действующих компаний, что позволяет получить необходимый диапазон исходного материала для анализа. Проанализированы источники, позволяющие судить и о его достоверности – диссертационное исследование проведено на основе изучения данных Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, Фонда кино, Роскино, Ассоциации коммуникационных агентств России, исследовательских компаний «Невафильм *Research*», *PwC*, *Digital TV Research*, маркетингового агентства *Deloitte*, аналитических материалов информационно-аналитических порталов *TAdviser* и *Telecom Daily*, статистических данных компании *Statista*, использованы статистические данные компании *J'son & Partners Consulting*, а также данные компании «ГМТ Консалтинг». В работе использовано 364 источника, из них книг, монографий, диссертаций, сборников, научных статей в периодических

изданиях на русском языке 132, правовых актов, отраслевых докладов и других документов 34, публикации на тему кино, телевидения, коммерческого видео в специализированных изданиях и в СМИ – 32, и публикаций на иностранных языках – 165.

### **Оценка содержания диссертации, ее завершенности в целом**

Структура диссертации обусловлена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав, которые включили семь параграфов, заключения и списка литературы. В качестве объекта исследования выбрано аудиовизуальное производство, выпускающее продукцию в виде фильмов, сериалов, телепрограмм и коммерческого видео, а предметом автор обозначил основные тенденции развития российского аудиовизуального производства под влиянием процесса цифровизации в 2000-2020 гг. В диссертации ставится цель выявить актуальные мировые тенденции в развитии российского аудиовизуального производства на фоне технологической трансформации, вызванной цифровизацией медиа.

Глава первая **«Современное аудиовизуальное производство в контексте процесса цифровизации: теоретические подходы к изучению»** посвящена анализу теоретических концепций, описывающих влияние цифровизации на структуру и функционирование медиа, в ней также рассмотрен исторический контекст трансформации аудиовизуального сегмента медиаиндустрии в процессе цифровизации. Существенно, что автор не останавливается на констатации теоретических концепций, а идет дальше в своем исследовании – в диссертации выявляются основные тенденции развития аудиовизуального производства, определяются условия и фиксируются процессы вертикальной дезинтеграции производящих компаний (проявляющееся в том, что часть рабочих процессов передается на аутсорсинг и, как следствие стимулирует создание множества продакшн-компаний с гибкой специализацией). *«Цифровизация кино и телевидения оказала колоссальное воздействие на медиаиндустрию и резко расширила*

*доступ зрителей к видеоконтенту, способствуя медиатизации социальной сферы и культуры» с.45, отмечает автор, отмечая процесс устранения посредников между зрительской аудиторией и производителем. Отмечается и тенденция выпуска серийных проектов, которые на практике называются медиафраншизами, проектов на принципах франчайзинга, при котором происходит передача прав на коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. При этом «создаваемый читательский и зрительский нарратив становится неотъемлемым элементом трансмедийной медиафраншизы» с.66, то есть происходит вовлечение аудитории в создание контента, рост популярности, расширяющийся за счет «немедийных» средств, а в конечном итоге рост их монетизации. Существенно что эта тенденция работает и в кинематографе, и в анимации, и на шаблонах телепрограмм. Далее автор справедливо отмечает, что в погоне за эксклюзивным контентом, крупнейшие мировые стриминговые платформы, в том числе и отечественные, приступили к выпуску собственных фильмов и сериалов, если не становясь вровень с гигантами видеопроизводства, то постепенно к ним приближаясь, что может стать одной из основных тенденций развития аудиовизуального сегмента мировой медиаиндустрии. Исследуя российский сегмент аудиовизуального производства, автор отмечают значительные трансформации в нём в результате рыночных реформ 1990-х гг. Здесь же приводится и периодизация развития российского сегмента легальных видеосервисов, которая включает «четыре этапа, каждый из которых характеризовался приходом новых акторов, в том числе ведущих отечественных медиа-, ИТ- и телекоммуникационных компаний, постепенным переходом на платный доступ к контенту и развертыванием производства содержания отечественными онлайн-кинотеатрами» с.17. В аспекте организации производства автор отмечает новую в России тенденцию - формирование института продюсерства, возникновение частных продакшн-компаний и широкое распространение практики продюсеров-индивидуальных*

предпринимателей. *«Формирование института продюсерства и правовых основ продюсерской деятельности стало одним из процессов трансформации российской медиасистемы, начавшейся в 1990-е гг.»* с72. Этот процесс, отмечает автор, идет не смотря на сильное в российской медиасистеме государственного присутствия и высокого уровня государственной поддержки медиаиндустрии и выпуска аудиовизуальной продукции. Автором отмечен и дуализм государственного финансирования, которое, с одной стороны, дает некую подушку безопасности производителям, а, с другой, вызывает растущую зависимость медиакомпаний от государства. Автор говорит об этом прямо - *«многолетняя господдержка не оказывает положительного влияния на коммерческие результаты кинопроектов в кинотеатральной дистрибуции»* с 80. Отмечается, что с 2022 г., когда с российского телевизионного рынка ушли более 60 зарубежных телеканалов и несколько компаний-производителей контента, в следствии чего *«российская аудиовизуальная индустрия оказалась перед лицом новых вызовов, растущего спроса на контент со стороны аудитории, удовлетворение которого требует новых форм взаимодействия между производителями и больших объемов инвестиций»*. С. 82.

Вторая глава **«Основные тенденции развития российского аудиовизуального производства в условиях цифровизации»**, как явствует из названия, посвящена выделению глобальных тенденций, связанных с цифровизацией в отечественном аудиовизуальном производстве. В результате цифровизации всего технологического процесса, унификации цифрового производства, в России сформировался цифровой сектор производства аудиовизуального контента. Как отмечает автор *«эта совокупность в общем виде включает подготовку проекта к съемкам, съемку, комплекс работ после съемок и продвижение проекта конечному потребителю – зрительской аудитории»* с.84. Подобная унификация

позволяет создавать продакшн-компаниям разнообразный контент одновременно для различных сегментов аудиовизуальных медиа. Так, выделились компании-производители видеоконтента лидирующие одновременно в нескольких сегментах - кинопроизводстве, производстве телепрограмм и сериалов для телеканалов и стриминговых платформ, а также коммерческого видео для различных заказчиков. Это в свою очередь позволяет диверсифицировать бизнес, сконцентрировать медиаактивы, приводит к созданию подразделений, дочерних компаний для более эффективной работы по дистрибуции, в рекламе, деятельности на стриминговых платформах, и упрощает доступ к инвестициям и дистрибуционным площадкам за счет объединения их в медиахолдинги.

Отмечается и общемировая тенденция вертикальной дезинтеграции, появления на рынке небольших компаний с гибкой специализацией и использованием производственной базы сторонних предприятий, вместо крупных компаний полного цикла *«в рамках которой множество рабочих функций, ранее осуществляемых одним производителем, передаются на аутсорсинг сторонним компаниям»* с.90. Особое значение имеет развитие онлайн-кинотеатров, которые превратились в важный элемент бизнес-экосистем ведущих отечественных компаний. *«Возможность осуществлять деятельность на основе услуг внешних поставщиков привела к тому, что продакшн-компания может вообще не создавать собственную производственную базу либо обзаводиться лишь некоторыми основными производственными фондами (например, операторской и осветительной техникой или постпродакшн-студией)»* с.91. Свидетельством жизнеспособности этой тенденции является её коммерческая успешность. Фиксируя этапы развития отечественного видеопроизводства, автор видит стремительный рост популярности и коммерческого успеха OTT-сервисов, то есть медиаплатформ и стриминговых сервисов, развитие бизнес-экосистем за счет мультисервисных подписок. Заметным оказался и приход в сегмент

OTT-видео таких игроков, как финансовый конгломерат Сбербанк ИТ-компания «Яндекс», ведущих телекоммуникационных компаний МТС, «Ростелеком», «Мегафон». *«Такая тактика продвижения выступает как эффективный инструмент конкурентной борьбы с моносервисами, не имеющими других направлений бизнеса, кроме показа видеоконтента»* с.115. а *«новые участники сыграли решающую роль в сокращении отставания российских видеосервисов от мировых показателей по структуре моделей монетизации»* с.116. Отечественное аудиовизуальное производство существенно возросло в период 2018-2023 гг., выросло и значение OTT-видео, а *«онлайн-кинотеатры наряду с показом видеоконтента превратились в создателей качественного контента, который у российской аудитории стал более популярным, чем зарубежный»* с.129.

Еще одной тенденцией российских производства в сфере аудиовизуального контента, считает автор – и здесь с ним трудно не согласиться - являются медиафраншизы. Автор указывает, что масштабных проектов с глобальной дистрибуцией среди отечественного контента мало (пожалуй, они ограничиваются отечественными анимационными сериалами), и справедливо полагает, что основополагающая причина этой ситуации – господдержка, которая *«не создает стимулов для выпуска коммерчески успешной продукции»* с.171. Хотя, строго говоря, некий рост отечественных игровых сериалов, в том числе создаваемых онлайн-кинотеатрами с 2016 г. все же есть за счет увеличения экспорта российских игровых сериалов. *«Мы делаем вывод, что 76% самой кассовой кинопродукции российского производства являются медиафраншизами»* - отмечает диссертант с.136. Но мирового уровня коммерческой успешности и глобальности дистрибуции они не достигают. Автор вынужден констатировать, что *«российские фильмы, приносящие наибольшую выручку, также находятся в тренде организации проекта в виде медиафраншизы (76%), однако не столь сильно, как в США, чья продукция доминирует в*



*мировом кинопрокате (95%)» с.136. Судя по всему, эта ситуация будет сохраняться долгое время, вплоть до смены современной российской парадигмы кинопроизводства.*

И, наконец, автор указывает на важную роль полисубъектной цифровой медиасреды, в которой производитель получает полный массив данных о произведенном контенте от платформ-агрегаторов, социальных сетей, данные индустриальных измерителей и других источников информации в сети Интернет. Этот массив данных позволяет получить объективизированную картину о контенте, и, как следствие влияет на финансовые результаты его дистрибуции, производство и в конечном итоге - на качество выпускаемого продукта. *«Медиаизмерения телепрограммы позволяют в любой момент принимать оперативные решения по ее дальнейшему выпуску, включая корректировку характеристик передачи, элементов реализации концепции, сметы, тайм-слота в программной сетке телеканала» с.155, пишет автор. Замечено и возрастание требований к компетентности продюсеров в интерпретации этих данных для оптимизации организации производства, выпуска и продвижения контента. «Интернет-технологии позволяют изучать характеристики и интересы аудитории благодаря сбору больших данных любой цифровой платформой, - отмечает диссертант, - соответственно, платформы, агрегирующие рейтинги контента и оценки большого количества пользователей, имеют первостепенное значение для всей медиаиндустрии». Это важнейший аспект цифровизации, имеющий глобальное влияние на всю производственную линейку – от замысла, предпродакшена до производства продолжений, приквелов и т.д. и их дистрибуции. Автор справедливо считает, что «продюсер сегодня действует в гораздо более сложных условиях, чем в эпоху аналоговых технологий, с новыми рисками, непредсказуемыми вызовами, неопределенностью данных, которые могут оказать воздействие на*

*финансовые результаты проекта в условиях роста объемов информации и количества акторов цифровой полисубъектной медиасреды» с.169.*

В заключении делаются обоснованные выводы о том, что Российская медиасистема, развивается в соответствии с мировым тенденциям, которые обусловлены цифровизацией видеопроизводства и дистрибуции контента. В диссертации справедливо и точно отмечено, что *«так же как везде в мире, в России цифровые технологии сняли проблему разрозненности технологических процессов в производстве продуктов для кино, телевидения, видеоплатформ в интернете, однако способствовали усложнению и вариативности схем создания и продвижения цифрового содержания с учетом модернизации социальной среды, трансформации медиапотребления, роста востребованности аудиовизуального продукта у современных аудиторий» с175.* Бесспорно и то, что цифровая революция, которая коренным образом изменила технологии и экономику аудиовизуальных производств, связана с преобразованиями в социальных процессов и преобразует социальную действительность синхронно с преобразованиями в обществе.

Представленная диссертация представляет собой целостное, завершенное исследование существенное для теории и практики журналистики. Работа глубока и аналитична по содержанию, основана на изучении серьезных теоретических исследований, анализе большого объема эмпирических материалов. Научная методология работы адекватна поставленной цели и задачам, выводы, сделанные автором, обоснованы результатами исследования и достоверны.

### **Достоинства и недостатки в содержании и оформлении диссертации**

Не смотря на высокую оценку диссертации в целом, не могу не остановиться на ряде замечаний.

Вызывает вопросы отчасти механистический, сугубо продюсерский подход к оценке кино-телепроизводства, который практически не учитывает такие важные в искусстве категории, как художественная ценность произведения. При всем совершенстве цикла производства аудиовизуального контента, многообразии форматов, диверсификации каналов дистрибуции, в конечном итоге **творческое качество** контента играет первостепенную роль, и оно несомненно проявляется в собранном массиве данных. Зритель любит талантливое, и не принимает подделку. В конце концов - аудиовизуальный контент – это произведение, которое проверяется временем и тем зрительским восприятием, которое с годами только укрепляется, или напротив исчезает. *«Фильмы хай-концепт, которые ложатся в основу медиафраншиз, обычно отличаются яркой аттракционностью, - замечает автор, - и режиссер может вообще не ставить для себя задачу драматургической проработки персонажей... Точно так же обычно отсутствует драматургическая проработка в супергеройских комиксах, детских сказках, былинах, которые ложатся в основу медиафраншиз»* с. 137. Трудно с этим согласиться. В конце концов, самый успешный в истории проката «Аватар» Д. Кэмерона, открывший целое направление в кинематографе, как и суперуспешные франшизы «Звездных войн» Д. Лукаса, да и многие другие, являются замечательными произведениями, с проработанной драматургией, выверенным конфликтом и архетипическими характерами и говорят об обратном – франшизы могут и должны быть художественно совершенны, и будущее именно за ними. Исследования, кстати показывают, что само по себе насыщение аттракционами далеко не панацея. Исследователи из Университета Аделаиды<sup>1</sup>, используя для анализа сложный математический аппарат, утверждают, что фильмы из серии вселенной «Марвел» потребовали *особого видения, готовности кропотливо развивать истории этих персонажей в нескольких фильмах, чтобы создать*

---

<sup>1</sup> TechXplore со ссылкой на исследователя Мэтью Руфана

*в итоге удивительную кульминацию. Это так отличается от структуры типичной франшизы, которая, как правило, представляет собой серию сиквелов, а иногда и приквелов, с примерно одинаковым набором персонажей. И не падение ли качества кинопродукта привело к ситуации, когда Marvel переживает самый настоящий кризис, достигший своего пика в 2023 году, а успешных релизов Marvel с 2020-х было меньше, чем провальных<sup>2</sup>? Есть мнение, что франшизы Marvel превратились в полный хаос, герои утратили внутреннюю логику, харизматичность, а конфликты все более надуманны.*

По мнению автора, во франшизе для достижения успеха нужны лишь *«простая идея произведения, зрелищность и аттракционность представления, возможность развивать историю произведения в различных направлениях и на различных платформах»*. Далее автор отмечает, что *«такой подход к развитию аудиовизуальных медиафраншиз мы видим не только в продуктах Голливуда, но и в российских фильмах и сериалах»* с.137. Это, на мой взгляд несколько излишне технологичный взгляд на кинематограф, не учитывающий его эстетическую сущность. И даже если это преувеличение, очевидно, что творческое совершенство франшиз – серьезный фактор производства, который следует учитывать при анализе.

На уровне структуры есть некоторые повторы. Так в **части 1.3. Общая характеристика российского сегмента аудиовизуального производства главы первой** говорится конспективно то же самое, по пунктам, что и в **главе 2. Основные тенденции развития российского аудиовизуального производства в условиях цифровизации** – о высоком уровне государственной поддержки медиаиндустрии и выпуска аудиовизуальной продукции, возникновении института продюсерства, о самостоятельном производстве контента OTT-сервисами, о зависимости коммерческих

---

<sup>2</sup> На агрегаторе рецензий Rotten Tomatoes три последних места занимают фильмы 2021–2023 годов «Вечные», «Человек-муравей и Оса: Квантомания» и «Тор: Любовь и гром».

результатов дистрибуции аудиовизуальных проектов от массовых зрительских оценок на социальных платформах, об организации производства в условиях вертикальной дезинтеграции, в процессе которой предприятие отдает на аутсорсинг часть рабочих процессов и т.д. Представляется более рациональным **не реферировать** 2 главу в п. 1.3, а посвятить его иным вопросам, более историографичным, либо по иной схеме. Впрочем, это авторское видение, и оно тоже допустимо.

В любом случае замечания носят частный характер и не умаляют несомненных достоинств работы.

#### **Подтверждение опубликования основных результатов диссертации в научной печати**

По теме диссертационного исследования опубликованы 1 научная статья в издании входящем в базы Scopus и Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index) и 3 статьи в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства науки и высшего образования РФ и входящих в Дополнительный список рецензируемых научных изданий, утвержденный решением Ученого совета Московского университета, так же промежуточные результаты были представлены на международных научно-практических конференциях «Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия», «Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия», кроме того положения, ставшие основой работы изложены в книге автора, учебном пособии «Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в Интернете» изданной в издательстве «Аспект Пресс» в 2021 г.

#### **Соответствие содержания автореферата основным положениям диссертации**

Автореферат соответствует основным положениям диссертации, дает полное представление о содержании работы.

Диссертация отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова к работам подобного рода. Содержание диссертации соответствует паспорту специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) и критериям, определенным пп. 2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова. Диссертация оформлена согласно требованиям Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Автор диссертации на тему «Развитие аудиовизуального производства в условиях цифровой трансформации российской медиасистемы», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика Эль-Бакри Татьяна Владимировна достойна присвоения искомой степени.

Доктор филологических наук по специальности  
10.01.10 - Журналистика, доцент, заведующий кафедрой  
журналистики, филологии, документоведения и  
библиотекovedения ФБГОУ

«Ульяновский государственный университет»

Самарцев Олег Робертович

06 мая 2024 г.

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Ульяновский государственный университет».

Адрес: 432970, Российская Федерация,  
г. Ульяновск, улица Льва Толстого, дом 42

тел. 8927 270 01 00, E-mail: [contact@ulsu.ru](mailto:contact@ulsu.ru), [olegsamar@rambler.ru](mailto:olegsamar@rambler.ru)

