

ОТЗЫВ

**официального оппонента доктора филологических наук, профессора
Тулупова Владимира Васильевича о диссертации Смирнова Сергея
Сергеевича на тему «МЕДИАХОЛДИНГИ КАК СУБЪЕКТЫ
МЕДИАСИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ», представленной
на соискание ученой степени доктора филологических наук
по научной специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика**

Актуальность исследования, проведенного Смирновым С.С., очевидна: ведь важно проследить возникновение, развитие и эволюцию российских медиахолдингов, которые в течение трех десятилетий постсоветского периода утвердились как полноценные субъекты отечественной медиасистемы. Это тем более важно, что медиа оказывали и оказывают огромное «влияние на мировоззрение наций в целом, электоральную и гражданскую активность, культурные коды, систему ценностей, языковые практики и паттерны поведения людей» (с. 4).

Избрав *объектом* исследования систему медиапредприятий, обладающих признаками холдинговых объединений, а *предметом* исследования – основные организационно-экономические характеристики отечественных медиахолдингов, а также общие тенденции и закономерности развития концентрации в медиасистеме современной России, Смирнов С.С. поставил четкую *цель* (сформировать целостное верифицированное представление о функционировании медиахолдингов России в существующих экономических, технологических, правовых и политических условиях) и сформулировал ряд *задач* по определению функциональных признаков и правового статуса медиахолдинга (медиагруппы) в России как феномена, сложившегося в рамках отрасли, обладающей сложной идентичностью; по разработке нового (альтернативного существующим) инструмента измерения концентрации в медиасистеме, учитывающего не только экономический параметр (объемы

выручки предприятий), но и социальный – объемы их аудиторий, а также количество контролируемых медиа (СМИ); по характеристике экономических, технологических и политических факторов развития медиахолдингов в России на разных этапах формирования национальной медиасистемы; по выявлению основных типов (моделей) развития региональных медиахолдингов России как наиболее многочисленной категории субъектов медиасистемы. и др.

Научная новизна данной диссертации заключается в том, что автором впервые представлены такие сложные субъекты национальной медиасистемы, как медиахолдинги, не имевшие полноценного понятийно-категориального описания, отражающего разнообразные аспекты и последствия их деятельности (в диссертации разграничены феномены медиахолдинга и медиагруппы; введен многокомпонентный индекс измерения концентрации медиасистемы; выявлены и промаркированы типовые модели развития медиахолдингов в регионах страны и др.).

Теоретическая значимость исследования состоит в представлении состава разнообразно организованных акторов медиасистемы, так или иначе оказывающих влияние на формирование представлений об информационной повестке дня, наличии актуальных проблем и вопросов для дискуссии у различных групп российского общества; в использовании результатов данного исследования как источника решений, применимых для изучения крупных медиапредприятий и общего характера развития медиасистемы страны.

Практическая ценность диссертации заключается в том, что ее материалы могут быть востребованы при разработке и преподавании учебных дисциплин по направлениям подготовки УГСН 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» («Реклама и связи с общественностью», «Журналистика», «Издательское дело», «Телевидение», «Медиакоммуникации»); они также могут быть полезны при выработке и корректировке норм отраслевого и общего антимонопольного законодательства, учитываться профильными органами власти и регуляторами при формировании исполнительных документов.

Показывая *степень научной разработанности темы* и представляя *теоретическую базу* исследования, Смирнов С.С. выделил труды по экономической социологии, политэкономии медиа, медиаэкономикс; исследования, характеризующие развитие сегментов национальной медиаиндустрии, различные аспекты деятельности отечественного медиабизнеса; работы, посвященные трансформации всей отечественной медиасферы под влиянием тотальной цифровизации (дигитализации), а также профильные труды по вопросам юридического статуса холдинговых объединений в экономике России и общим вопросам антимонопольного регулирования отраслевых рынков

Впечатляет *эмпирическая база* диссертации, состоящая из данных, полученных автором при изучении около 100 организаций: это 6 медиахолдингов страны, являющихся ведущими игроками на телевизионном рынке и рынке онлайн-медиа, 5 медиахолдингов в менее подверженных концентрации сегментах рынка – радиовещания и периодической печати, а также ключевые медиахолдинги всех субъектов РФ.

В первой главе *«Теоретико-методологические основы изучения концентрации в медиасистеме»* автор рассмотрел концептуальные подходы к концентрации в медиасистеме, придя к выводу, что в настоящее время политэкономия медиа и медиаэкономикс являются вполне сложившимися научными направлениями.

Отметив, что в рамках отечественных реалий феномен медиахолдинга комплексно еще не изучен, Смирнов С.С. выделил несколько основных причин и факторов развития концентрации на мировом медиарынке в историческом разрезе, а также ее экономические цели и негативные последствия, четко разграничив типы концентрации, форм собственности и видов капитала, которые могут лежать в основе формирования крупных медиакомпаний. В этой же главе автором были выделены варианты используемых медиахолдингами организационно-правовых форм в разных юрисдикциях и введены два соответствующих определения концентрации медиа: объединение предприятий,

владеющих медиа (СМИ), а также увеличение количества медиа под контролем одного предприятия; относительная величина (доля) и количество медиапредприятий, действующих на рынке. Здесь же как альтернативный инструмент, учитывающий и объем аудиторий, а также количество контролируемых медиа (СМИ), введен авторский *Synergetic Media Concentration Index (SMCI)*, рассчитываемый по оригинальной формуле: «Принципиальное отличие нового индекса заключается в том, что он изначально показывает не общий уровень концентрации, а “веса” конкретных игроков. Полученные по сегментам значения затем могут быть суммированы для определения общего индекса игрока на медиарынке. При этом сумма значений индекса всех игроков одного сегмента дает понимание его общего состояния, а сумма совокупных значений индекса всех игроков по разным сегментам уже дает понимание состояния рынка в целом» (с. 78).

Во второй главе *«Генезис понятия и формальное положение медиахолдинга в России»* отражены основные юридические проблемы, связанные с определением феномена медиахолдинга (медиагруппы), определено их положение в условиях формирования отраслевой идентичности и рассмотрена существующая система регулирования и надзора. Уточняя понятия медиахолдинга и медиагруппы, не имевшие нормативного толкования, и представляя целый комплекс формальных нюансов, затрудняющих идентификацию медиапредприятий такого рода, изучение медиаотрасли как единого целого, С.С. Смирнов приходит к верному, на наш взгляд выводу, «что отечественный медиабизнес, особенно крупный и многопрофильный, юридически находится в весьма “сложноподчиненном положении”» (с 132).

Третья глава *«Факторы развития концентрации в медиасистеме России»* посвящена показу динамики экономической основы концентрации, оценке влияния цифровизации на ее развитие и проблемам правового ограничения. В качестве ключевого драйвера автор называет и рассматривает динамику медиарекламного рынка страны, как и ускоряющуюся цифровизацию – отдельный фактор развития концентрации в медиаиндустрии России.

Проанализировав действующие нормативные правовые акты, С.С. Смирнов констатирует, «что в настоящее время отечественное правовое поле в целом фактически не приспособлено к регулированию концентрации на медиарынке страны, поскольку формальное определение отраслевой и сегментной принадлежности игроков, их совокупных рыночных долей, доминирующего положения и состава предоставляемой товара-услуги представляет большую проблему. И для адекватного современным реалиям контроля над деятельностью крупнейших медиакомпаний в России требуется выработка принципиально новых подходов и норм, учитывающих всю специфику этой индустрии как объекта регулирования». Автор также отмечает, что крупнейшие медиакомпании, контролирующие наиболее значимые общественно-политические СМИ и тем самым формирующие информационную повестку дня, сегодня образуют «ядро» сложившейся в России медиаполитической системы, модель которой пока не получила в академической среде конвенционального названия» (с. 196).

В четвертой главе *«Российские медиахолдинги общенационального уровня»* рассмотрены структуры собственности крупнейших медиахолдингов страны, дан анализ их финансовой прозрачности и оценены основные тенденции развития.

Несмотря на введение в 2020 г. требования об обязательной публикации отчетности (по РСБУ) на ресурсе ГИР БО ФНС, что сделало отечественный медиабизнес в целом более транспарентным, автор при изучении отраслевых кейсов обнаружил пробелы, препятствующие систематическому сбору и изучению экономических показателей медиакомпаний: «...основной проблемой на сегодняшний день является отсутствие обязательного требования о консолидированной финансовой отчетности (по МСФО) для всех игроков, являющихся именно холдинговыми объединениями» (с. 252). Отсюда – невозможность корректного подсчета объемов отечественной медиаиндустрии в целом и ее отдельных сегментов; отсюда – верный вывод, что процесс концентрации в медиасистеме недостаточно и неправильно рассматривать исключительно с экономических позиций.

В заключительной главе «*Российские медиахолдинги регионального уровня*» представлены организационно-экономические характеристики медиахолдингов городов-миллионников, медиахолдингов городов-стотысячников, а также межрегиональных медиахолдингов. Определены модели (типы) российского регионального медиахолдинга.

Автор вводит в научный оборот понятия «региональный медиахолдинг» и «межрегиональный медиахолдинг». Он выделяет основные актуальные модели развития регионального медиахолдинга в России («коммерческо-небюджетную открытую», «государственно-бюджетную закрытую», «государственно-бюджетную открытую», «коммерческо-бюджетную открытую», «коммерческо-небюджетную закрытую» и «коммерческо-бюджетную закрытую»), используя в качестве индикаторов модели такие параметры как: организационно-правовая форма головного юридического лица, наличие/отсутствие экономической поддержки со стороны государства, а также выбранные направления деятельности на медиарынке (собственные медиабренды или федеральные франшизы).

Диссертация дополнена словарем терминов, перечнем иллюстраций (текст диссертации содержит 64 таблицы и 56 рисунков) и приложениями, в которых представлены структуры активов крупнейших медиахолдингов России, данные по выручке и объемам аудиторий медиакомпаний.

Высоко оценивая значимость проделанной автором работы, все же выскажем одно замечание.

Список использованной литературы, в котором насчитывается 182 авторских источника, мог быть значительно расширен, и прежде всего за счет исследований, посвященных региональным медиа. Можно посоветовать автору, который в заключении диссертации указал, что продолжение работы по заявленной проблематике является, с его точки зрения, «логичным и необходимым в обозримой перспективе», например, такие труды: Байбатырова Н.М., Максимова Н.В. «Медиафера Астраханской области и Прикаспийского

региона» (2019) , Варавва В.В. «Особенности становления и развития системы печати Приморского края (социально-типологический анализ)» (2021), Варламова И.В. «Формирование современного образа республики средствами массовой информации Чувашии» (2015), Дементьева К.В. «Региональные медиа в эпоху цифровизации и глокализации» (2021), Золотухин А.А. «Федерально-региональные газеты в России: 1990-2000 гг.» (2006), Мальсагова А.В. «Становление и развитие системы СМИ Чеченской республики в постсоветский период (1992–2017 гг.)» (2019), Меркушина Е.А. «Региональные сетевые средства массовой информации: специфика и проблемы отражения информационной политики» (2021), Пугачев В.И. «Динамика типологии нижегородской прессы (1991 – 2013 гг.)» (2015), Самарцев О.Р. «Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы» (2020), Соломин В.Е. «Региональные СМИ в контексте развития интернет-коммуникаций: теоретическое осмысление» (2015), Чернышев И.Е. «СМИ приграничного региона: становление и особенности функционирования (на примере Амурской области)» (2011) и др.

Но сказанное выше не снижает общего положительного впечатления от работы, отличающейся глубиной анализа обширного эмпирического материала и основательностью сделанных выводов. Подтверждая высокий уровень данного исследования, заключим: диссертация Смирнова С.С. на тему «Медиахолдинги как субъекты медиасистемы Российской Федерации», является завершенной научно-квалификационной работой, значимой для современной филологической науки. Автореферат полностью отражает содержание диссертации.

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.

Таким образом, Смирнов Сергей Сергеевич – заслуживает присуждения
ученой степени доктора филологических наук по специальности 5.9.9 –
Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой связей с общественностью,
рекламы и дизайна,
декан факультета журналистики
ФГБОУ ВО «Воронежский
государственный университет»
Владимир Васильевич Тулупов


(подпись)
3.06.2024 г.

Контактные данные:

Место работы: Федеральное бюджетное государственное образовательное
учреждение высшего образования «Воронежский государственный университет»
Адрес: 394068, Россия, Воронеж, ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
университет», ул. Хользунова, 40-а, уч. корпус 6, к. 103
Телефон: 8 (473) 274-52-51; 8 (473) 266-17-56.
E-mail: vlvtul@jour.vsu.ru
Адрес официальной страницы: <http://www.vsu.ru>



Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Воронежский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)
Имя: Туреева В.В.
должность: начальник отдела кадров
подпись: О.И. Зверев 03.06.2024
подпись: Зверев