

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

на диссертацию

ЭЛЬ-БАКРИ ТАТЬЯНЫ ВЛАДИМИРОВНЫ

«РАЗВИТИЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ МЕДИАСИСТЕМЫ»,

представленную к защите на соискание ученой степени кандидата

филологических наук

по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Диссертационное исследование Т. В. Эль-Бакри выполнено на важную и актуальную для современной теории медиакоммуникаций тему. Данный вывод обусловлен следующими обстоятельствами.

Во-первых, система аудиовизуального производства в целом является крайне интересным объектом исследования для теории медиакоммуникаций и журналистики, поскольку именно эта система на протяжении вот уже целого века, если не сказать больше, выступает одним из важнейших факторов социокультурной и политической динамики современного общества. Кинематограф, обретший звуковую дорожку в индустриальном веке, затем всеильное телевидение массового общества, затем аудиовизуальные онлайн форматы периода глубокой датифицированной медиатизации социума – все они внесли свой несомненный вклад в социальные и политические процессы, культуру и эстетику, динамику ценностей, социализацию и, к сожалению, в глобальные и локальные конфликты. И это порождает новые проблемы, вновь и вновь ставя перед исследователями уже, казалось бы, нашедшие свое решение задачи.

Во-вторых, в последние десятилетия, с укоренением не просто онлайн коммуникации, но цифровых форматов социального бытия не только во всех сферах общественной жизни, но и в повседневных практиках индивидов, аудиовизуальное производство претерпело системные кардинальные изменения. Здесь изменились как спрос, так и предложение. Медиапотребление в силу поколенческого сдвига все больше ориентируется на аудиовизуальные форматы, «галактика Гутенберга», замкнутая на текст, уступает место галактике мультимедиа. Потребитель медиапродукта потребляет видео на самых разных платформах, из простого потребителя он превратился в цифрового просьюмера, он теперь сам снимает и размещает в сети свой продукт и все это меняет характер спроса и в целом трансформирует структуру рынка. Растер сегмент коммерческого видео. С другой стороны, меняется сама структура производства и шире, отрасли. Новые правила игры приводят новых игроков. Практики производства аудиовизуального продукта принципиально меняются. Все это требует осмысления медиатеоретиками.

В-третьих, отдельного анализа заслуживают процессы трансформации аудиовизуального производства, происходящие в условиях цифровизации российской медиакоммуникационной индустрии. Будучи в общемировых трендах, российский медиакоммуникационный бизнес имеет свою специфику. Законодательство, традиции, особенности государственного участия, монополизация и демонаполизация, структура и инфраструктура рынка – все это накладывает свой отпечаток на параметры аудиовизуального производства. И эта отрасль медиакоммуникационной индустрии, с нашей точки зрения, еще не получила своего полноценного анализа в дискурсе теории медиакоммуникаций.

Таким образом, актуальность и научная значимость избранной соискателем темы исследования не вызывает сомнений.

В качестве цели исследования автор ставит выявление актуальных мировых тенденций в развитии российского аудиовизуального производства

на фоне технологической трансформации, вызванной цифровизацией медиа (с. 13).

Для достижения данной цели Т. В. Эль-Баكري ставит и последовательно решает следующие задачи:

- выявить тенденции системной трансформации российского аудиовизуального производства и механизмов его функционирования в условиях цифровизации медиасистемы на основе предложенной собственной обобщенной модели этапов производства и распространения содержания российскими продакшн-компаниями;
- охарактеризовать субъекты российского аудиовизуального производства в контексте тенденции вертикальной дезинтеграции;
- осуществить периодизацию этапов развития российских легальных видеосервисов и дать характеристику тенденций развития и основных субъектов данного сегмента отечественной медиаиндустрии;
- охарактеризовать контент российских аудиовизуальных медиафраншиз в контексте глобальной тенденции производства высокоприбыльных серийных аудиовизуальных проектов;
- выявить влияние субъектов системы цифровых медиа, таких как агрегаторы информации о кино и телевидении, специализированные издания, блогеры, аудитория социальных сетей, на продвижение аудиовизуального содержания.

Рассмотрение представленного текста позволяет сделать вывод о том, что поставленная цель достигнута, поставленные задачи решены, причем получены научные результаты, обобщения и выводы, обладающие несомненной научной новизной.

Структура работы отвечает поставленным задачам и является логичной и обоснованной. Диссертация состоит из введения, двух глав в составе семи параграфов и заключения. Библиография насчитывает 364 источника на русском и иностранных языках и производит солидное впечатление.

Отдельно стоит отметить очень серьезную эмпирическую базу исследования, позволяющую считать полученные научные результаты эмпирически обоснованными. Автором изучены данные о деятельности более 170 действующих компаний, а также о 20 компаниях, которые перестали функционировать. Также использованы данные 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, аналитические кейсы информационно-аналитических порталов TAdviser и Telecom Daily. Работу существенно обогатил анализ тенденций мировых сегментов платного телевидения и OTT-видео на основе статистических данных компании Statista.

Во введении продемонстрировано глубокое погружение автором в проблематику диссертационного исследования: Т. В. Эль-Бакри проводит детальный обзор академической литературы по выбранной теме, определяет существующие пробелы в научном знании о динамике аудиовизуального производства в РФ в условиях цифрового перехода и формулирует цель, достижение которой позволяет автору закрыть часть из этих пробелов. Также во введении корректно определяются предмет, объект и методологический базис исследования.

В первой главе соискатель обращается к теоретическому обзору глобальных тенденций аудиовизуального производства и медиаиндустрии в контексте цифровой трансформации социальной жизни.

Первый параграф посвящен аналитическому обзору теоретических работ, посвященных трансформации медиасистем развитых государств во второй половине XX – первых десятилетиях XXI века. Опираясь на классические работы теоретиков информационного общества и медиасоциологов, автор показывает, как менялось телевизионное и кинопроизводство во второй половине XX века. Особенно важным нам представляет вывод о том, что еще до тотальной цифровизации

аудиовизуальное производство на Западе стало переходить на тренды вертикальной дезинтеграции и прекарности, как более эффективные (с. 24 – 25).

Во-втором параграфе первой главы автор переходит к детальному описанию мировых тенденций производства и дистрибуции цифрового аудиовизуального контента. Параграф построен на обширном фактологическом материале и позволяет увидеть анализируемые тенденции в комплексе. Особое внимание при этом уделяется динамике глобальных *OTT*-сервисов. Важным достоинством данного раздела рецензируемой работы является комплексный характер аналитических построений, поскольку автор включает в поле своего рассмотрения рекламу и маркетинг, как необходимые сферы, создающие спрос на аудиовизуальный продукт. Развивая логику своего исследования автор далее обоснованно выходит на проблематику трансмедийных медиафраншиз, которая далее становится одной из сквозных в диссертации, в существенной мере обеспечивая научную новизну полученных результатов.

В третьем параграфе первой главы представлена краткая история российского аудиовизуального производства в постсоветский период.

Вторая глава посвящена анализу основных тенденций развития российского аудиовизуального производства в условиях цифровизации.

Сначала в параграфе 2.1. автор на основе системного анализа эмпирических данных рассматривает процесс формирования единого сектора цифрового контента в российской медиакоммуникационной индустрии

В параграфе 2.1. «на фоне вертикальной дезинтеграции аудиовизуального производства» автор систематизировал данные об основных этапах производства аудиовизуального контента в российской

медиакоммуникационной индустрии. Крайне интересной и эвристически значимой является Таблица 4. «Производство и реализация аудиовизуальной продукции в России», в которой систематизированы данные об основных этапах создания различных видов аудиовизуального контента в единой обобщенной модели производства и реализации содержания российскими продакшнкомпаниями (с. 86).

Следует признать обоснованным вывод автора о том, что вертикальная дезинтеграция привела к росту значения кооперации продакшнкомпаний. При этом имеет место диверсификация деятельности последних (с. 104).

В параграфе 2.2. «Растущая роль ОТТ-сервисов в системе производства и продвижения цифрового аудиовизуального содержания» проводится анализ тенденций развития российских легальных видеосервисов и предлагается авторская периодизация этапов развития данного сегмента. В качестве предварительного замечания укажем, на известную недоработанность названия данного раздела диссертации. Что автор имел в виду под неоперациональным словосочетание «растущая роль»? В параграфе сделан квалифицированный анализ истории, проблемного поля и перспектив российских ОТТ-сервисов за длительный период, включающий разные этапы развития российской медиакоммуникационной индустрии, который далеко выходит за пределы того, что обозначено в названии параграфа.

Продолжает рецензируемую работу крайне интересный и информативный параграф, посвященный российскому рынку медиафраншиз, который, как убедительно показывает Т. В. Эль-Бакри, в своей динамике соответствует общемировым тенденциям. Следует также согласиться с выводом автора о наличии экспортного потенциала у российских медиафраншиз, как в сегменте детской анимации, так и в сегменте развлекательных сериалов.

Завершает содержательную часть диссертационной работы раздел, посвященный особенностям продвижения аудиовизуального контента, прежде всего фильмов и сериалов в цифровой среде. Этот раздел имеет ярко выраженную практическую значимость для продюсерских компаний и инвесторов в кинопроизводство и производство сериалов. В нем автор на основании обширного эмпирического материала показывает, как продюсеры могут управлять процессом дистрибуции и продвижения аудиовизуального контента в режиме реального времени, опираясь на большие данные экосистем цифровых платформ и специализированное программное обеспечение. Отдельный интерес представляет описание такого ресурса влияния на монетизацию аудиовизуального содержания, как user generated content и отзывы сетевых мегаинфлюенсеров.

Рассматриваемое диссертационное исследование является законченным, оригинальным и самостоятельным, имеет теоретическую и практическую значимость, актуальность и новизну. Материалы исследования представляют несомненную научную ценность, а также могут быть использованы в образовательном процессе (в рамках курсов, посвященных истории развития аудиовизуальных средств массовой информации, экономике и менеджменту аудиовизуальных проектов, продюсированию аудиовизуальных проектов).

Работа написана логично, оформление работы соответствует установленным требованиям.

Апробация результатов исследования осуществлена на авторитетных конференциях. Основное содержание диссертации отражено в необходимом и достаточном количестве публикаций в 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.

Прежде всего, сформулируем общее замечание о жанре второй эмпирической главы. Несмотря на то, что это исследовательская глава, сам ее текст носит повествовательный характер. Автор последовательно перечисляет проекты, измерителей и т.п., детально рассказывает о них, приводит цифры, факты, подробности. При этом практически не присутствует дискуссия с другими исследователями данного предметного поля. Не приводятся разные точки зрения. Работу бы существенного обогатило наличие исследовательских гипотез, которые бы автор верифицировал в ходе критического анализа эмпирического материала. По мнению оппонента, жанровая специфика диссертационного текста предполагает также и научную дискуссию, сопоставление теоретических позиций, формулирование и проверку гипотез в ходе эмпирического исследования.

Во-вторых, мы полагаем, что выносимый в конце второй главы тезис о том, что «господдержка кинематографа не создает стимулов для выпуска коммерчески успешной продукции» (с. 171) не доказан в полной мере на эмпирическом материале. Вряд ли здесь можно полагаться только на прямые цифры выручки кинотеатров. Тот факт, что ряд кинопроектов с господдержкой не оказался коммерчески успешными, вовсе не доказывает обозначенного тезиса. Факторов успешности – неуспешности кинопроекта гораздо больше, и они гораздо сложнее. Вполне вероятно, что неэффективной является не сам механизм господдержки, а процедуры отбора, когда поддерживаются не те проекты, которые имеют высокую вероятность стать коммерчески успешными. Кроме того, коммерческая успешность не всегда эквивалентна долгосрочному экономическому эффекту. Скажем, не вполне

успешный в терминах продаж патриотический фильм, повлияв на формирование правильных ценностей у подростков и молодежи, через несколько лет скажется на том, что молодые люди не релоцируются, а вложат свои компетенции в национальную экономику или повлияет уже сейчас на их волонтерские практики. Все это имеет очевидный экономический эквивалент.

В-третьих, с нашей точки зрения, автор допустила методологические неточности в формировании таблицы 3 «Основные субъекты производства и распространения профессионального аудиовизуального контента в российской медиаиндустрии» (С. 100). В этой таблице не до конца соблюден единый принцип отбора субъектов, применительно к каждому из функционалов (производители, дистрибьюторы, платформы и каналы дистрибуции). Наряду с правильно обозначенными социальными акторами, реальными субъектами, такими как киностудии, продакшн компании, рекламные агентства и т.п., автор вводит такого игрока, как «социальные сети», который присутствует как в блоке «производители», так и в блоке «распространители». С нашей точки зрения, это ошибка. Во-первых, социальные сети не обладают прямой субъектностью, их субъектность требует отдельного обсуждения. Во-вторых, это очевидно, что другие указанные игроки оказываются акторами, имеющими собственную субъектность в социальных сетях через свои каналы, аккаунты и т.п. Видимо более точно было бы говорить об инфлюенсерах, USG-просьюмерах, которые обладают прямой субъектностью.

В-четвертых, мы порекомендовали бы автору более аккуратно оперировать оценками общеэкономической ситуации в России и ее влияния на развитие медиакоммуникационной индустрии. Так на с. 76-77 автор пишет: «Так же как для всей российской экономики, для медиасистемы характерны процессы, тормозящие ее развитие, такие как высокие налоги, сложность получения кредитов на развитие бизнеса, неблагоприятный инвестиционный климат, высокие политические риски, отток капитала из России, слабая

конкурентная среда, огосударствление экономики, вызывающее растущую зависимость компаний от государства...». Причем, пишет в настоящем времени. Такой жесткий перечень в сфере, в которой, полагаю, автор не является экспертом, не сопровождается развернутой аргументацией или ссылками на авторитетные мнения. И поэтому выглядит как оценочное суждение. У оппонента, например, который к тому же еще и кандидат экономических наук, несколько другое мнение о текущем состоянии российской экономики.

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.

Общие выводы.

Представленная к защите диссертационная работа Эль-Бакри Татьяны Владимировны на тему «Развитие аудиовизуального производства в условиях цифровой трансформации российской медиасистемы», по своей актуальности, обоснованности научных положений, выводов, достоверности и новизне, теоретической значимости и практической реализации соответствует требованиям, предъявляемым Положением о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова к кандидатским диссертациям.

Диссертация Эль-Бакри Татьяны Владимировны на тему «Развитие аудиовизуального производства в условиях цифровой трансформации российской медиасистемы», 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.

Работа Эль-Бакри Татьяны Владимировны представляет собой самостоятельное научное исследование, в которой рассмотрена история и современное состояние аудиовизуального производства в Российской Федерации, а автор работы заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Официальный оппонент
доктор социологических наук, профессор
с возложенными обязанностями
зав. кафедрой связей с общественностью
в бизнесе ФГБОУ ВО
«Санкт-Петербургский государственный
университет»

Д. П. Гавра

Личную подпись

ЗАВЕРЯЮ

ЗАМЕСТИТЕЛЬ НАЧАЛЬНИКА
УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВ



Краснова Е.П.

06.05.2024