

ОТЗЫВ

**официального оппонента доктора социологических наук, профессора
Дугина Евгения Яковлевича 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**

Представленная к защите диссертация С.С. Смирнова является очень актуальным, своевременным трудом. Научное осмысление такого феномена как «медиахолдинг» в России назрело давно и стало безотлагательной необходимостью. Фактически организации подобного типа уже давно являются полноценными субъектами медиасистемы страны, формируют ее информационное поле в качестве значимых акторов. И при этом, как справедливо отмечает автор, медиахолдинги «пока не имеют полноценного понятийно-категориального описания, отражающего разнообразные аспекты и последствия их деятельности» (стр. 14). Таким образом, актуальность проведенного исследования не вызывает сомнений.

Диссертация основана на фундаментальной теоретико-методологической базе. Автор опирается на известные зарубежные работы по политэкономии медиа и медиаэкономикс, а также на ключевые труды отечественных исследователей СМИ советского и постсоветского периода. Благодаря комплексному, системному подходу к изучению проблемы С.С. Смирнову удалось учесть многообразие существующих подходов к анализу процессов концентрации в медиасистеме и предложить собственное научное направление в исследовании феномена холдингов.

Главным методическим достижением соискателя является то, что он разработал и апробировал «новый (альтернативный существующим) инструмент измерения концентрации в медиасистеме, учитывающий не только

экономический параметр (объемы выручки предприятий), но и социальный – объемы их аудиторий, а также количество контролируемых медиа (СМИ)» (стр. 15).

Введение в научный оборот формулы Synergetic Media Concentration Index (SMCI), которая изначально фиксирует не общее состояние данного рынка, а именно «веса» его участников – медиахолдингов, безусловно, расширяет имеющийся исследовательский инструментарий. Вторым очень важным достижением диссертанта является апробированный принцип маркировки российских медиахолдингов при помощи ряда объективно доказуемых параметров и выявление шести различных моделей (на региональном уровне). Вышеперечисленным обусловлены и новизна представленного исследования, и его теоретическая значимость.

Диссертантом четко определены объект и предмет исследования, обоснованы его хронологические рамки (1991-2020 гг.). Цель исследования – «сформировать целостное верифицированное представление о функционировании медиахолдингов России в существующих экономических, технологических, правовых и политических условиях» – достигнута путем последовательного решения всех поставленных задач. Положения, выносимые автором на защиту, убедительно сформулированы и в полной мере отражают логику научного поиска и полученные результаты.

Обратим внимание на одно значимое утверждение соискателя: «В условиях цифровизации актуальной тенденцией для российской медиасистемы является формирование новых экономических лидеров – многопрофильных медиакоммуникационных интернет-платформ. Усиливающаяся конкуренция со стороны данных игроков онлайн-сектора уже привела к дополнительной консолидации игроков офлайн-сектора, что в итоге может дополнительно усилить концентрацию на отраслевом рынке в целом» (стр. 19). И согласимся, бытовавшая когда-то гипотеза, что развитие онлайн-коммуникаций сделает медиарынок более совершенно-конкурентным, уже отчасти опровергнута практикой. Фактически цифровизация вывела

концентрацию на качественно новый уровень, и, вероятно, мы еще не до конца видим и понимаем итоги происходящего сейчас. Поэтому продолжение исследований в данном направлении представляется целесообразным.

Эмпирическая база диссертации С.С. Смирнова весьма обширна. Автором изучены около сотни российских медиахолдингов: раскрыты структуры их собственности по учредителям, приведены показатели финансовой отчетности (при наличии), в некоторых случаях даны сведения об измеряемых аудиториях СМИ. Все используемые точные данные проверяемы, поэтому корректность выводов автора сомнений не вызывает.

Особо следует отметить то, что С.С. Смирнов обращает пристальное внимание и на существующие проблемы с отраслевой статистикой. С одной стороны, в рамках диссертации удалось собрать и проанализировать внушительный объем доступных количественных данных, но в то же время соискателем четко и открыто обозначены все объективные ограничения, связанные с системной нехваткой некоторых релевантных сведений о деятельности российского медиабизнеса. Решить указанную проблему только усилиями академических исследователей не представляется возможным – очевидно потребуются активное участие регулирующих индустрию органов власти, а также отраслевых профессиональных организаций.

Диссертацию отличает логично выстроенная структура:

В первой главе рассмотрено развитие концептуальных подходов к концентрации в медиасистеме, даны характеристики и типология концентрации капитала и рыночных структур в отрасли, а также введены инструменты измерения уровня концентрации, включая новаторский индекс, предложенный автором.

Во второй главе 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.

В третьей главе прослежена динамика экономической основы

концентрации, дана оценка влияния цифровизации на ее развитие, а также выявлены проблемы правовых ограничений и охарактеризованы изменения политических условий этого процесса.

В четвертой главе детально рассмотрены структуры собственности крупнейших медиахолдингов страны, проанализированы степень их финансовой прозрачности и обозначены основные тенденции развития, включая общую динамику концентрации в медиасистеме.

В пятой главе систематизированы организационно-экономические характеристики медиахолдингов, работающих в городах - миллионниках, а также особенности медиахолдингов городов - сотысячников и межрегиональных медиахолдингов. Определены модели (типы) российского регионального медиахолдинга.

Важной составной частью работы является словарь терминов, в котором впервые автором сформулированы ключевые понятия, характеризующие основную проблематику исследования. Эти дефиниции, очевидно, будут полезны при проведении дальнейших исследований, связанных с экономикой медиа.

Сильной стороной диссертации также является разнообразный иллюстративный материал. Автор продемонстрировал умение представлять множество числовых данных в понятной и доступной форме. Текст написан в одном стиле с соблюдением академических традиций.

В практическом плане результаты исследования, прежде всего, могут и должны применяться в учебном процессе. Отметим, что автор уже внедряет полученные в ходе исследования знания на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова: для студентов магистратуры читается специальный курс «Медиахолдинги России: история и современное состояние». Полагаем, что материалы исследования С.С. Смирнова пригодятся при создании программ аналогичных дисциплин и в других вузах России. Кроме того, идеи автора могут быть востребованы при разработке или уточнении норм российского антимонопольного законодательства, поскольку тотальная цифровизация

существенно меняет сложившиеся ранее представления о состоянии конкуренции на медиарынке. Концептуальные наработки автора могут оказаться ценным методологическим обоснованием для проведения отраслевых аналитических исследований.

Наряду с отмеченными достоинствами работы, в диссертации имеются и некоторые недостатки. Так, анализируя межрегиональные медиахолдинги России (параграф 5.3), автор диссертации все же упустил из виду такие объединения как «Форвард-медиа» и «Север Медиа» Валерия Бурцева (базовый регион – Вологодская область). Отсутствие в работе подобных кейсов принципиально не влияет на верность выводов, сделанных автором о тенденциях развития межрегиональных медиахолдингов России в целом, но все же, представленная в исследовании фактическая карта медиарынка могла быть более полной.

Несколько спорной выглядит мысль автора, что относительно размытое межрегиональное информационное пространство не представляет особого интереса для органов власти. В настоящее время, вероятно, это так. Но нужно учесть, что наряду с властями регионального уровня, есть еще администрации федеральных округов. Не исключено, что они со временем тоже могут заняться созданием объединений СМИ, деятельность которых будет охватывать сразу несколько регионов. И это приведет к формированию нового явления – государственных «окружных медиахолдингов». Такая потенциально возможная траектория развития медиасистемы в диссертации не предусмотрена.

В целом же, исследование С.С. Смирнова полностью состоялось как научно-квалификационный труд. Работа не только создает новое знание о российской медиасистеме, но и предлагает новые теоретико-методологические направления для дальнейшего изучения медиакоммуникативной индустрии. Личный вклад автора в достижении представленных научных результатов не вызывает никаких сомнений. Содержание диссертации полностью отражено в представленном автореферате и публикациях автора.

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, автор диссертации «Медиахолдинги как субъекты медиасистемы Российской Федерации» Смирнов Сергей Сергеевич заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой телевидения и радиовещания,
проректор по научной работе
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»
(«ИПК работников ТВ и РВ»)



Дугин Евгений Яковлевич

«06» июня 2024 г.

Контактные данные:

Рабочий телефон: +7 (495) 656-23-11

Рабочий e-mail: e.dugin@yandex.ru

Специальность, по которой оппонентом была защищена диссертация:

22.00.05 – Социально-политические процессы, организация и управление

Адрес места работы: 127521, Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, каб. 703.

Подпись Е.Я. Дугина удостоверяю:

Ведущий специалист отдела кадров

06.06.2024

