

## **РЕЦЕНЗИЯ**

**на магистерскую диссертацию студентки магистратуры  
программы «Международная Журналистика»  
факультета журналистики СПбГУ  
Потехиной Маргариты Валерьевны**

**Стратегии американских медиакорпораций в условиях мирового  
экономического кризиса**

Актуальность диссертационного исследования обусловлена тем, что в США сегодня базируется большинство крупнейших медиакомпаний мира, оказывающих влияние не только на функционирование национального рынка СМИ, но и на развитие многих процессов в глобальном масштабе.

Цель исследования – выявление особенностей влияния мирового экономического кризиса на развитие крупнейших американских медиакорпораций. Эта цель позволила раскрыть следующие задачи:

- рассмотрены исторические вехи в формировании современной американской медиаиндустрии;
- изучены определяющие тенденции развития медиарынка США и их воздействие на корпорации в предкризисные годы (первую половину 2000-х гг.);
- проанализировано влияние экономического кризиса на развитие крупнейших американских медиакорпораций.

В исследовании использован комплекс методологических приемов и подходов. Автором на основе совокупности методов: исторического, сравнительного и графического, а также элементов контент-анализа, экономического и системного анализа сделаны выводы об изменениях на американском медиарынке в период экономического кризиса.

Выводы сделанные Потехиной М.В. позволяют констатировать, что

американские медиакорпорации пережили в период кризиса серьезные убытки, как на уровне аудитории, так и на уровне рекламодателей, но сохранили лидерство на медиарынке США; экономический кризис обеспечил условия для быстрого и масштабного углубления трансформационных процессов медиаиндустрии, зародившихся на стыке прошлого и нынешнего столетий; переход на кросс-технологические платформы и дигитизация контента окончательно закрепились в качестве главного стратегического направления развития крупного медиабизнеса.

Работа написана профессиональным языком, грамотно, логично. Автор показал уверенное владение методами экономического и маркетингового анализа.

Работа хорошо иллюстрирована, содержит приложения.

Не все положения, изложенные в работе, принимаются одинаково однозначно. Например, как представляется, более серьезного разъяснения требует анализ медиарынка США, оценка сценариев выхода медиакорпораций из кризиса, а так же более подробного анализа требуют выбранные стратегические направления развития медиакорпораций США после кризиса.

Есть небольшие претензии к оформлению работы. Однако найденные недостатки не влияют на качество исследования по данной проблеме.

В целом, магистерская диссертация соответствует требованиям высшей школы, рекомендована к защите и заслуживает положительной оценки.

Рецензент

Декан факультета прикладных коммуникаций

СПбГУ, заведующий кафедрой

менеджмента массовых коммуникаций,

д.э.н., д.полит.н., профессор



Большаков С.Н.