

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по научной работе

Санкт-Петербургского

государственного университета

/С. П. Туник/

2016 года



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный университет»

Диссертация Ольги Викторовны Дегтяревой «Коммуникативные стратегии медиахолдингов Украины в легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп» выполнена на кафедре периодической печати Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет».

В период подготовки диссертации аспирант Дегтярева Ольга Викторовна обучалась в аспирантуре на кафедре международная журналистика и периодической печати федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет» по специальности 10.01.10 - журналистики. Приказ о зачислении в аспирантуру СПбГУ от 01.09.2009 № 13-06-171.

Удостоверение о сдаче кандидатских экзаменов выдано 22.10.2012 № 04-12-463 федеральными государственным бюджетным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет».

Научный руководитель – доктор политических наук, профессор кафедры периодической печати Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет» Галина Сергеевна Мельник.

По итогам обсуждения текста кандидатской диссертации и автореферата О. В.

Дегтяревой «Коммуникативные стратегии медиахолдингов Украины в легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп» принято следующее заключение.

Актуальность диссертационного исследования обусловлена необходимостью изучения форм и методов управления деловой репутацией финансово-промышленных групп в общественно-политической коммуникации, функционированием медиахолдингов как инструмента управления деловой репутацией в условиях политической и социально-экономической трансформации в Украине, ролью медиахолдингов как инновационной на постсоветском пространстве формы концентрации капитала, монополизации, включенности в систему с жесткой ценностной иерархией, обладающую не только конкретным местом и статусом в сегментированной структуре медиарынка, но и выполняющую определенные задачи, выгодные узкому кругу лиц. Корпоративные стратегии развития медиахолдингов носили противоречивый политизированный характер, что, в виду активного участия представителей олигархических групп в президентских и парламентских избирательных компаниях, явилось вызовом всему формирующемуся украинскому гражданскому обществу. Этот процесс привел к установлению режима, определяемого исследователем как олигархический капитализм.

Научная новизна кандидатской диссертации О. В. Дегтяревой обусловлена следующими концептуальными позициями:

– впервые в современной российской и украинской науке объектом и предметом исследования стали коммуникационные стратегии украинских медиахолдингов, принадлежащих финансово-промышленным группам;

– включением в научный оборот большого объема новых данных об украинских ФПГ и медиахолдингах, их коммуникационных стратегиях, процессах концентрации СМИ в условиях борьбы за власть в Украине;

– использованием в ходе исследования совокупности методов, которые ранее не были использованы в исследованиях такого направления;

– выявлением места и роли СМИ в обеспечении легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп Украины на примере корпоративных стратегий медиахолдинга В. Пинчука и И. Коломойского в период президентских и парламентских избирательных компаний;

– детальным изложением предпосылок, национальных особенностей и выявлением факторов формирования режима «олигархического капитализма» в Украине и связанного с ним патернализм-иерархического типа политической коммуникации;

– впервые определены хронология и динамика создания и развития

медиахолдингов, их корпоративные стратегии на фоне трансформации украинского рынка СМИ и системы власти в целом.

– охарактеризованы предпосылки и обоснованы причины такого явления, как Оранжевая революция 2004 г. и «Евромайдан» («Революция достоинства») 2014 г.;

– в контексте преследования и усиления репрессий против СМИ в Украине, появления политзаключенных, выявлены профессиональные проблемы и условия для успешного развития украинских медиахолдингов в политическом поле страны. На примере «СтарЛайтМедиа» и «1+1 Медиа» раскрыта и научно обоснована последовательная корпоративная концепция деятельности холдинговой структуры, которая охватывает идею свободы слова, охвата аудитории и экономической независимости;

– аргументирована необходимость использования терминов «деловая репутация физического лица», «деловая репутация юридического лица» и связанного с ними понятия «диффамационное право». Уточнены понятия, на основании которых строится данное диссертационное исследование: финансово-промышленная группа, «репутационный капитал», «олигополизация», медиахолдинг и пр.

Наиболее значительным результатом является концепция формирования и развития финансово-промышленных групп в качестве организационно-управленческого фундамента современной системы власти в Украине, установление взаимосвязи трансформации политической и социально-экономической системы Украины с усилением места и роли ФПГ во власти и целенаправленным вовлечением СМИ в политико-управленческую практику страны с целью обеспечения деловой репутации.

Данный результат определяет и *теоретическую значимость исследования.*

1. Теоретическая значимость состоит в выявлении стратегий медиахолдингов в борьбе за доминирование на рынке в период экономической и социально-политической трансформации; в разработке и структурировании карты массмедийного поля Украины согласно политическим стратегиям. Выявлены основные тенденции развития, сходства и различия стратегий медиахолдингов «СтарЛайтМедиа» В. Пинчука и «1+1 Медиа» И. Коломойского (в управленческой сфере, на рынке содержания, на рекламном рынке, стратегии создания и развития брендов и пр.), их место и роль в общественно-политической коммуникации страны в свете усиления политического влияния финансово-промышленных групп. 2. Практическая значимость работы связана с изучением опыта системы крупной медиасобственности Украины, логики информационных потоков, использованием сведений о современной структуре собственности на рынке украинских СМИ.

Результаты исследования найдут применение при преподавании базовых курсов.

Предложенная автором концепция анализа украинских медиахолдингов и ФПГ может быть использована в специальных курсах на факультетах журналистики и политологии при обучении студентов. Возможно использование основных теоретических положений и результатов эмпирических исследований по специализациям, связанным с теорией, историей и экономикой средств массовой информации, а также для разработки учебных курсов по политической журналистике, медиаэкономике и медиаменеджменту. Содержащиеся в работе материалы могут служить основой для дальнейших научных исследований. Работа представляет интерес и для политологов и журналистов-практиков.

Экспертиза методологии исследования показала высокую степень достоверности результатов проведенного исследования, обусловленную тщательным изучением материалов СМИ в период с 1991 г. по 2016 гг., официальных сообщений, опубликованных международной инвестиционно-консалтинговой группой «EastOne», а также квалифицированным использованием научной литературы. Методология исследования предполагает выделение количественных характеристик медиа-активности персон (В. Пинчук и И. Коломойский) в период парламентских избирательных компаний.

Высокая достоверность полученных результатов обеспечивает проведенный автором контент-анализом публикаций в СМИ (печатные – центральные и региональные), интернет, информационные агентства, телевидение и радио), в которых упоминались объекты исследования (ключевые слова). Уникальность материала обеспечивают интервью с журналистами и экспертами украинского медиарынка. Всего единиц анализа: И. Коломойский – 115 единиц; В. Пинчук – 87 единиц (единицами счета стали упоминания персон в СМИ).

Основные материалы и научные результаты диссертации опубликованы соискателем ученой степени в течение 2009-2016 гг. – всего 7 научных статей, включая 3 в рецензируемых научных изданиях, установленных перечнем ВАК (Вестник Санкт-Петербургского университета, «Гуманитарный вектор», «Вестник Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина и доложены на всероссийских и международных научных конференциях и конгрессах). Из этого следует, что требования к публикации основных результатов диссертации, предусмотренные п. 10 Положения о порядке присуждения степеней, выполнены.

Терминологический аппарат в целом соответствует теории журналистики и массовой коммуникации. Аргументирована необходимость использования терминов «деловая репутация физического лица», «деловая репутация юридического лица» и связанного с ними понятия «диффамационное право». Уточнены понятия, на основании которых строится данное диссертационное исследование: финансово-промышленная

группа (ФПГ), политико-экономическая группа (ПЭГ), «репутационный капитал», «олигополизация», медиахолдинг.

Комиссия отмечает, что в работе имеются и некоторые недостатки.

1. Избыточный для достижения цели работы и решения задач исследования текст в объеме 299 страниц.

2. Требуется уточнения допустимости экстраполяции типовых стратегий предприятий на стратегии медиахолдингов в плане адаптации и успешности применения.

3. Не доказано утверждение о том, что медиахолдинги Коломойского и Пинчука совершенствуются в зависимости от политической и социально-экономической ситуации в Украине.

Но в целом представленный О. В. Дегтяревой для обсуждения текст является оригинальным, завершенным научным исследованием на актуальную тему, соответствует требованиям, которые предъявляются к кандидатским диссертациям, и рекомендуется к защите на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 10.01.10 – журналистика

Проект заключения принят на заседании экспертной группы, сформированный решением директора Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ от 13.05.2016 № 01/9 -16/1 в составе трёх человек:

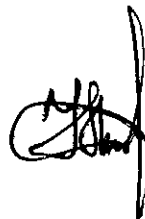
доктор политических наук, профессор кафедры международной журналистики Н. С. Лабуш (председатель экспертной комиссии);

доктор политических наук, профессор кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций Игорь Николаевич Блохин;

доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати Алла Николаевна Тепляшина.

Присутствовало на заседании экспертной комиссии три человека. Результаты голосования: «за» – 3 человека, «против» – нет, «воздержался» – нет. Протокол №

Председатель экспертной комиссии
доктор политических наук,
профессор Кафедры международной журналистики
института «Высшая школа журналистики и
массовых коммуникаций» СПбГУ



Лабуш Н. С.