

ОТЗЫВ

официального оппонента доктора политических наук,
заведующего кафедрой социально-гуманитарных дисциплин ФГБОУ ВО
«Национального государственного Университета физической культуры,
спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург»

ПЫЖА Владимира Владимировича на диссертацию

ДЕГТЯРЕВОЙ Ольги Викторовны

«Коммуникативные стратегии медиахолдингов Украины в легитимации
власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп»,
представленной на соискание ученой степени кандидата политических наук
по специальности 10.01.10 – журналистика.

Знакомство с рукописью диссертации, авторефератом, содержащим основные ее положения, и с опубликованными по теме диссертации научными трудами дает основание оценить ее как вполне самостоятельную завершенную, научно-квалификационную работу, значимую для современной политической науки.

Диссертационное исследование посвящено анализу теоретических и практических аспектов функционирования украинских финансово-промышленных групп как организационной формы концентрации и централизации медиаресурсов и направлено на решение важной задачи политической науки – всестороннее рассмотрение медиахолдингов Украины как инструмента управления деловой репутацией в условиях политической и социально-экономической трансформации общества.

Актуальность темы диссертационного исследования Дегтяревой О.В. не вызывает сомнений:

– Украина занимает важное место в современных геополитических комбинациях. Последние события в российско-украинских отношениях ознаменовали собой начало нового этапа национально-государственного

дробления в Европе, с присущими этому процессу взаимными территориальными претензиями и этническим национализмом;

- главные «болевые точки» Украины очевидны, так как находятся в самой концепции государственной власти, которая строится по неформальному пирамидальному принципу;

- создание новой системы властных отношений в Украине требует внедрения инновационного партнерства власти, бизнеса и общества. По мнению ряда исследователей, «ведущая роль в этом партнерстве должна принадлежать государству, реализующему свою важнейшую стратегически-инновационную функцию»;

- в условиях же политической и социально-экономической нестабильности в Украине произошло слияние государственной власти с финансово-промышленными группами (ФПГ);

- ФПГ сформировались как структуры, хорошо приспособленные к тому, чтобы в своих рамках объединить финансы, производство и СМИ. Рассмотрение проблематики процессов демократизации в стране дает возможность поставить вопрос о соотношении политических институтов и стратегий развития медиахолдингов как информационного ресурса политических сил;

- принцип «равноудаленности», рассчитанный на отказ исполнительной власти от создания привилегированного режима одним корпоративным бизнес-группам в ущерб другим, был нарушен. В Украине сложился патернализм - иерархический тип политической коммуникации, согласно которому слабые СМИ противостояли сильным партиям и/или блокам.

В условиях нынешнего экономического кризиса на Украине этот вывод побуждает более внимательно присматриваться к дискурсам политических элит в поисках контуров новых парадигм: ведь в отсутствие парадигмальных сдвигов трудно ожидать трансформации сложившегося политического

порядка, в котором обоснованно усматривают причины наблюдаемых проблем.

Важно отметить, что диссертационное исследование О.В. Дегтяревой в высшей степени современно и актуально, что определяется, с одной стороны, возросшим интересом к региону. Государственный переворот в Украине привел к тому, что страна попала в так называемую «глобальную дугу нестабильности», представляющую опасность не только для самой страны, но и для ее соседей.

С другой стороны, политические изменения сопровождались бурным развитием процесса монополизации и концентрации в информационной сфере, активным включением медиаконцернов в борьбу за власть.

Диссертационная работа обращена к такому объекту, который до сих пор не нашел отражения в современной политической науке и теории журналистики – медиахолдингам. Впервые в современной российской и украинской науке предметом стали коммуникационные стратегии украинских медиахолдингов, принадлежащих ФПГ, в лоббировании интересов олигархических групп.

Дегтярева О.В. справедливо отмечает, что экономическое напряжение вызвало не только резкое снижение объемов производства, нарастающее истощение потенциала экономического роста в виде основных производственных фондов, но и отсутствие политической воли к реформам, коррупцию, олигополизацию, медиаконцентрацию, украиноцентризм, ухудшение демографической ситуации, обусловленное духовным и психологическим шоком населения и все более очевидным тупиковым характером проводимой политики, приводящей к геноциду населения и краху государства.

Выбранная для исследования тема практически не изучена, но ее значение чрезвычайно велико, так как отражает основные тенденции организации массмедийных предприятий и особенности взаимосвязи современных СМИ с властью, бизнесом, гражданским обществом.

Отсутствие фундаментальных теоретических, методологических и практических разработок в данной области науки повышает значимость выбранной темы.

Хронологические рамки исследования охватывают период с 1991 г. по 21 ноября 2013 г., когда начался следующий этап политического развития в Украине – «революция достоинства» или Евромайдан, совпадающий с формированием медиахолдингов В. Пинчука и И. Коломойского и высокой политической активностью их собственников.

Исследуя заявленную проблему, диссертант делает вывод, что трансформация политической и социально-экономической системы Украины связана с усилением места и роли ФПГ во власти и целенаправленным вовлечением СМИ в политико-управленческую практику страны с целью обеспечения деловой репутации их собственников.

В условиях демократического транзита финансово-промышленные группы столкнулись с необходимостью поддержания высоких показателей деловой репутации. Для этого они искали каналы коммуникации и начали сотрудничать со СМИ. Поэтому исследователи, в т.ч. и Дегтярева О.В., отмечают влияние крупного капитала, как ключевой фактор формирования медиасистемы в Украине.

По мнению диссертанта, «Украина служит примером взаимодействия двух видов политики – виртуальной и реальной. Суть виртуальной политики – создавать у граждан иллюзию участия в решении общегосударственных проблем. Виртуальная политика имеет внешние признаки и атрибуты публичности и представительской демократии (выборы, партии, общественные движения).

Реальная же политика заключается в организации прямого или опосредованного давления на структуры, которые имеют решающее значение в принятии и реализации решений, а также в организации масштабных общественных мистификаций и манипулировании массовым сознанием.

Главным инструментом в реализации виртуальной и реальной политики являются СМИ» (С.27).

Дегтярева О.В. делает вывод: «в Украине группы интереса "захватили власть"». В результате, сложилась специфическая модель «фасадной демократии», за которой стояла кланово-олигархическая система власти. (С.28).

Диссертационное исследование Дегтяревой О.В. «Коммуникативные стратегии медиахолдингов Украины в легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп», предполагающее поиск и обоснование новых политологических подходов к решению проблем взаимовлияния политики и СМИ, когда массмедиа и инициируемые ими информационные поводы способствуют легитимации политических процессов на Украине, а также комплексную разработку теоретических и прикладных аспектов концепции формирования и развития финансово-промышленных групп, в качестве организационно-управленческого фундамента современной системы власти на Украине, имеет под собой научно-теоретическое и эмпирико-прагматическое основание.

Научная новизна исследования заключается в политологическом анализе и выявлении роли и места СМИ в качестве репутационного ресурса ФПГ, а также в исследовании политических и социально-экономических предпосылок становления медиахолдингов как субъектов медиарынка Украины, и их зависимости от финансово-промышленных групп.

Целью диссертационной работы явилось выявление особенностей развития медиахолдингов, исследование их места и роли в качестве инструмента управления деловой репутацией в условиях политической и социально-экономической трансформации в Украине (на примере, «Стар Лайт Медиа» В. Пинчука и «1+1 Медиа» И. Коломойского).

Цель диссертации обусловила задачи исследования, которые выступают ее локализованными концептуальными образованиями. Соискателем, таким образом, благодаря общей концепции, выстроена четкая

логическая конструкция, позволившая раскрыть поставленные задачи, сообразуясь с краткими установками, предваряющими каждую главу. Все это свидетельствует о высоком уровне технологии исследования.

Общий замысел работы нашел оформление в концепции исследования, которая выражается в содержании двух взаимодополняемых логических посылок:

- констатирующее-утверждающей, состоящей в признании существующего противоречия между запросами социального бытия к политологическим аспектам теории, рассматривающей репутационный капитал как политический и социально-экономический ресурс медиапредприятия, призванной адекватно и своевременно отражать современные рыночно ориентированные методы управления медиабизнесом и неполнотой ожидаемого ответа в связи с установленным порядком взаимодействия СМИ с ФПГ и обществом;

- вероятно-утверждающей, в форме гипотезы о том, что одним из возможных путей разрешения этого противоречия является системный анализ влияния существующих объективных и субъективных факторов на механизмы осуществления управления репутацией с целью использования СМИ в политико-управленческой практике.

Все это дало возможность диссертанту, с одной стороны, выявить существующие противоречия в содержании репутационного капитала финансово-промышленных групп в условиях политической и социально-экономической трансформации на Украине (См. Гл.1. С. 15-25, 26-42), а с другой, дать оценку эффективности деятельности финансово-промышленных групп, как организационной формы централизации капитала и концентрации медиаресурсов (С.113-122).

Автор в работе попытался исследовать и раскрыть особенности, динамику развития и эволюцию проблем и противоречий основных тенденций организации массмедийных предприятий и взаимосвязь современных СМИ с властью, бизнесом, гражданским обществом путём

сочетания политологического и управленческого подходов. Также диссертанту удалось охарактеризовать современное состояние, место и роль СМИ в обеспечении легитимации власти и лоббировании интересов ФПГ Украины в период президентских и парламентских избирательных кампаний, проанализировать и квалифицировать этапы и факторы формирования режима «олигархического капитализма» и связанного с ним патерналистско-иерархического типа политической коммуникации.

Поставленные в диссертационном исследовании цели и задачи, на наш взгляд, успешно решены. Немаловажную роль в этом сыграла методология исследования (С.10-11).

Дегтяревой О.В. удалось придать своему исследованию целостный, заверченный, логически обоснованный характер. Научная новизна диссертации не вызывает никаких сомнений.

Хотелось бы особо отметить ряд достоинств диссертации.

В первую очередь бросается в глаза фундаментальность исследования. Это связано не столько с массовым использованием литературы (115 наименований), сколько с кропотливостью и глубиной теоретического, текстологического и исторического анализа, стремлением проникнуть в суть явления и одновременно показать как схему, так и эмпирическое многообразие.

Большой заслугой диссертанта является всесторонний анализ деятельности медиахолдингов, которые рассматриваются как инновационная на постсоветском пространстве форма концентрации капитала и монополизации.

Убедительно показано усиление роли ФПГ во власти; их целенаправленная деятельность по вовлечению СМИ в управленческую практику страны.

На наш взгляд, детальный анализ становления медиахолдингов позволил диссертанту сделать вывод о том, что «ФПГ представляли собой готовые структуры, хорошо приспособленные к тому, чтобы в своих рамках

объединить финансы, производство и СМИ», а сложившаяся «клановая» система взаимоотношений между «представителями информационного бизнеса и политической элиты предусматривала существование целой иерархии клиентел и патронажных связей, основанных на патримониальных привычках и инстинктах» (С.42).

Вполне убедительно утверждение диссертанта о том, что «изменения форм собственности, появление новых общественных групп, расширение сферы рыночных отношений требовали нового качества власти, децентрализации, новой системы ее взаимодействия с обществом» (С.41).

К достоинству проведенной работы можно отнести то, что в ней охарактеризованы корпоративные стратегии медиахолдингов в политических процессах, в том числе в президентских и парламентских избирательных кампаниях в Украине, способствующих формированию режима олигархического капитализма.

Достоверность исследования обеспечена изучением большого массива материалов СМИ в период с 1991 по 2016 гг. (методика их изучения изложена в Приложении, которое имеет самостоятельную ценность).

В поле внимания диссертанта оказались публикации 1990 г. – 2015 г. в ведущих периодических изданиях Украины: «Сегодня», «Зеркало недели», «День» «Украинская правда», «Украина молодая», «Вече», журналов «Телекритика», «Журналист Украины», «Эксперт Украина», «Корреспондент», «Фокус», «Комментарии», «Week UA», а также теле- и радиопередачи на ведущих каналах. Впечатляет эмпирическая база исследования, куда вошли официальные сообщения, опубликованные «EastOne LLC»; отчеты, пресс-релизы, мониторинги исследовательских компаний («ТНС в Украине», «Мониторинг СМИ Украины», «Зе Маркер», «Квенди» и др.)

Высокая достоверность диссертации обеспечивается также применением совокупности современных методов изучения массмедиа, в частности, контент-анализа общеукраинских и региональных печатных СМИ,

интернет-версий изданий, материалов информационных агентств, программ телевидения и радио. Большую значимость работе придают глубинные интервью с журналистами и экспертами украинского медиарынка.

Выбор **методологических** установок, на которых базируется диссертационное исследование, представляется оправданным и отвечает целям и задачам работы.

В полной мере автором раскрыт потенциал понятийного аппарата для концептуализации методологических проблем, актуальных для современного политического процесса, а также уточнены понятия «финансово-промышленная группа», «репутационный капитал», «олигополизация», «медиахолдинг» и др. и аргументирована необходимость использования терминов «деловая репутация физического лица», «деловая репутация юридического лица» и связанного с ними понятия «диффамационное право».

Теоретическая значимость исследования состоит в выявлении коммуникативных стратегий медиахолдингов, обеспечивающих им доминирование на информационном рынке в период экономических и социально-политических трансформаций. Значимость результатов исследования для науки заключается в том, что теоретические выводы могут быть использованы при прогнозировании информационной политики государства, формировании принципов взаимодействия медийных структур, власти и общества.

Практическое значение результатов работы определяется тем, что в рамках институционального и управленческого подходов представлен опыт организации и формирования структуры медиахолдингов, логистики информационных потоков. Изученные в диссертации тенденции развития стратегий управления в медийной сфере в период трансформаций могут быть использованы в политико-управленческой практике для повышения качества политических связей в современном обществе.

Результаты и выводы диссертационного исследования, предложенная автором концепция анализа украинских медиахолдингов могут быть также

использованы в специальных курсах на факультетах журналистики и политологии, а также при разработке учебных курсов по политической журналистике и медиаменеджменту.

Следует отметить логичную структуру работы, которая состоит из Введения, трех глав, Заключения, Списка литературы и Приложений. Введение содержит все необходимые для презентации работы компоненты.

В главе 1 «Репутационный капитал финансово-промышленных групп в условиях политической и социально-экономической трансформации в Украине» показано, как в результате накопления капитала, полученного с помощью «нецелевого использования бюджета», эксплуатации государственной собственности, проведения бартерных операций с энергоносителями и приватизации, сформировались могущественные ФПГ (днепропетровский, донецкий, киевский, харьковский, львовский кланы), которые путем создания или финансирования политических партий и/или блоков, интеграции частнопредпринимательского капитала в СМИ и концентрации медиасобственности, создали империи, включающие промышленные предприятия, политические, финансовые организации и медиагруппы. Показана роль СМИ в усилении политического влияния финансово-промышленных групп Украины в периоды правления президента Л. Кравчука, а затем В. Януковича.

В главе 2 «Медиаконцентрация как способ управления репутационным капиталом финансово-промышленных групп Украины» рассмотрены исторические формы размещения и организации активов ФПГ, основные вехи и эволюция становления ведущих медиахолдингов Украины.

В экскурсе 1994 г. – 2014 г. показана динамика установления контроля над СМИ со стороны власти. Дан обзор не только крупных, но и локальных (региональных медиагрупп)

Глава 3 «Стратегии медиахолдингов «СтарЛайтМедиа» В. Пинчука и «1+1 Медиа» И. Коломсайского» посвящена непосредственно корпоративным и политическим стратегиям указанных медиахолдингов в период

избирательных кампаний; показаны сходства и различия их стратегий в управленческой сфере, на рынке содержания, на рекламном рынке, а также в стратегиях создания и развития брендов. Убедительно доказано, что в условиях низкой транспарентности украинской экономики, гипертрофированная политизированность СМИ эволюционировала в скрытое лоббирование корпоративных интересов ФПГ.

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в 8 научных работах, которые включают три статьи в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК.

Диссертация О.В. Дегтяревой выполнена на высоком теоретическом уровне. Однако она не свободна от некоторых недостатков.

1. В работе полно и детально описаны программные контенты медиахолдинга «СтарЛайтМедиа». Однако остальные ведущие кланы, располагающие медийными активами, представлены кратко. Желательно получить информацию не только об их месте в сегменте медийного рынка Украины, но и о наполненности и направленности содержания их медийных ресурсов.

2. Требуется более подробного раскрытия тезис о диагональном типе концентрации СМИ как доминирующей стратегии медиаэкономического роста в Украине.

3. При употреблении в тексте близких по смыслу категорий, таких, как «деловая репутация», «репутационная составляющая», «репутационный капитал», «корпоративная репутация» необходимо показать их соотношение.

Вместе с тем, высказанные замечания по диссертации носят частный и рекомендательный характер, не влияя на ее общую положительную оценку как исследования, посвященного актуальной проблеме политической науки выполненного на высоком теоретическом уровне. Положения, выносимые на защиту, подтверждают концептуальность диссертационной работы. Диссертация содержит новые научные результаты и положения, обоснованность и достоверность которых не вызывает сомнений.

Опубликованные автором труды отражают проблемы, поднятые в рецензируемой диссертации, а автореферат отражает основные положения диссертационного исследования.

Диссертационное исследование Дегтяревой Ольги Викторовны по своей актуальности, научной новизне, объему выполненных исследований и практической значимости полученных результатов полностью соответствует требованиям п. 9-14 постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 «О порядке присуждения ученых степеней», предъявляемым диссертациям на соискание ученой степени кандидата политических наук, а ее автор Ольга Викторовна Дегтярева заслуживает присуждения искомой степени по специальности 10.01.10 – журналистика (политические науки).

Официальный оппонент – доктор политических наук,
заведующий кафедрой социально-гуманитарных
дисциплин ФГБОУ ВО «Национальный
государственный Университет физической культуры,
спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-
Петербург»



В.В. Пыж

« » марта 2017 г.

Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург.

Почтовый адрес: 190121, г. Санкт-Петербург, ул. Декабристов, д. 35.

Тел./факс: (812) 714-40-13

E-mail ilsociol.guphc@mail.ru

Телефон (812) 714-39-80



Подпись

Пыж В.В.

УДОСТОВЕРЯЮ

МАР 2017

ЗАМЕСТИТЕЛЬ НАЧАЛЬНИКА УЧЕДЛА КАДРОВ

А.С. МАКСИМОВА

