

программного контента и текстов СМИ конкурирующих медиахолдингов в период общенациональных президентских и парламентских избирательных кампаний.

Комплекс взаимосвязанных задач определил логику изложения теоретических оснований исследования и убедительность анализа значительного аутентичного фактического материала в постсоветский (самостийный) период 1991 – 2013 гг. Концептуально обоснованная **методология** исследования обусловила **валидность выводов**, к каким соискатель пришла на основе анализа значительного количества **аутентичного материала**.

Научная новизна диссертации обнаруживается на нескольких уровнях: (1) на уровне постановки проблемы; (2) на уровне методологии ее решения; (3) на уровне введенного в научный обиход материала; (4) на уровне полученных результатов. В настоящей работе впервые выявлены стратегии украинских медиахолдингов в период общенациональных выборов (демократического способа легитимизации власти) и роли СМИ в их исходе.

Работа О.В.Дегтяревой **впервые** дает **научно обоснованное представление** относительно предпосылок и причин, а также последствий Оранжевой революции 2004 г. и Евромайдана («Революции достоинства») 21 ноября 2013 г.

Данное обстоятельство позволяет считать данную работу **первым трудом**, в котором систематизированы коммуникационные составляющие формирования режима олигархического капитализма в Украине и связанного с ним (во многом также обусловленного) типа политической коммуникации (патернализм-иерархического).

Гипотеза исследования состоит в том, что лидеры украинских финансово-промышленных групп и создатели медиахолдингов «СтарЛайтМедиа» и «1+1 Медиа» В.Пинчук и И.Коломойский использовали СМИ в политической борьбе с целью управления репутацией. Эта **гипотеза в работе подтверждена**.

Процедурой исследования и ходом **достоверного доказательства** подтверждаются **вынесенные на защиту положения**:

– относительно роли ФПГ во власти и управленческого обеспечения при помощи СМИ деловой репутации лидеров ФПГ;

– относительно постсоветского характера коммуникативных стратегий современных украинских СМИ;

– относительно ресурсного генезиса ФПГ и многофакторной смены концентрации массмедиа;

– относительно стратегии управления медиахолдингами по адаптивной модели, особенностей выхода на мировой рынок и перехода от адаптивной модели к модели планирования на основе прогнозов.

Доказательство гипотезы исследования построено на подробном анализе **представительной эмпирической базы** и коррелирует с теорией политической науки и медиалогии.

Научно-практическая значимость исследования состоит в систематизации медийных структур и конкретизации информационных аспектов деятельности ФПГ, в уточнении концептуальных основ информационной политики при реализации коммуникативной стратегии ФПГ в современных условиях, а также в выявлении собственно медийного и ресурсно-кланового обеспечения при решении задач легитимизации власти и лоббировании интересов ФПГ в Украине.

Полученные достоверные выводы и продуктивная, оправдавшая себя при анализе значительного массива фактического материала, авторская методика расширяют возможности для дальнейшего обоснования исследования информационного пространства на постсоветском пространстве в новых политических условиях согласования интересов и принятия решений. С практической точки зрения основные выводы и положения диссертации могут способствовать решению задач, связанных с информационной политикой ФПГ и повесткой дня СМИ, а также могут быть использованы для дальнейшего анализа информационной структуры и коммуникативных стратегий так называемых локальных (а по сути информационных «гражданских») войн.

Автореферат отражает содержание диссертации. Промежуточные результаты исследования апробированы в рамках международных и российских конференций, а также в виде публикаций в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Структура диссертационного исследования логична и позволяет последовательно решать задачи как теоретического, так и прикладного методологического характера. Диссертация (основным объемом в 220 страниц) состоит из введения, трех глав, заключения. **Список использованной литературы** (библиография) включает 546 библиографических описаний источников научной мысли и фактического материала на русском и иностранных языках, а также сорок электронных адресов для источников в глобальной информационной телекоммуникационной сети Интернет. В общем объеме научного сочинения (300 с.) 46 страниц занимают пять содержательных приложений, наглядно иллюстрирующих результаты анализа фактического материала (мониторинг СМИ, оценку медиа-активности в отношении В.Пинчука и И.Коломойского), а также алгоритм (процедуру) исследования. Последнее наиболее ценно в инструментальном плане при демонстрации **валидности выводов**.

Во введении к диссертации сформулирована научная гипотеза исследования, указаны цели и задачи работы, дано представление о теоретической и эмпирической базе исследования, его актуальности и новизне, сформулирована гипотеза.

В первой главе **«Репутационный капитал финансово-промышленных групп в условиях политической и социально-экономической трансформации в Украине»** определены такие основные рабочие понятия, как-то: репутационный капитал, ресурсы медиапредприятия, ФПГ, что соответствует поставленным во введении задачам. Уточненные дефиниции составляют научную основу последующего анализа фактического материала.

Во второй главе **«Медиаконцентрация как способ управления репутационным капиталом финансово-промышленных групп Украины»** анализируется практика коммуникационных стратегий, в том числе и перспективных. Особая ценность видится в выявлении политических трансформаций в зависимости от активности и концентрации медиахолдингов.

В третьей главе **«Стратегии медиахолдингов «СтарЛайтМедиа» В.Пинчука и «1+1 Медиа» И.Коломойского»** выявлено разнонаправленное взаимодействие корпоративно-управленческих стратегий (как конкурентных, так и партнерских) и на основе медиа-активности презентован анализ медийного контента в отношении лидеров обеих ФПГ.

В Заключении диссертационного исследования формулируются общие выводы, подтверждающие выдвинутую во введении гипотезу. Таким образом, положения,

выносимые на защиту, нашли аргументированное подтверждение в содержании диссертации, а также в автореферате и научных публикациях автора.

Однако обращают на себя внимание и нерешенные **вопросы**:

1. Возможна ли единая типология коммуникативных стратегий и совпадает ли объем понятия «коммуникативные стратегии», «корпоративные стратегии», «управленческие стратегии»?
2. Какие из коммуникативных стратегий оказались наиболее эффективными (способствовали достижению цели легитимизации власти и лоббирования интересов обеих ФПГ минимальными ресурсами в оптимальные сроки с опережением соперника)?
3. Каково общее количество проанализированных текстов?

Выводы по главам облегчили бы знакомство с содержанием научного сочинения О.В.Дегтяревой. Поставленные вопросы и одно высказанное замечание не снижают научной ценности диссертации, вносящей вклад в развитие таких отраслей научного знания, как политическая медиалогия и политическая коммуникативистика.

Диссертационное исследование О.В.Дегтяревой (содержание соответствует паспорту специальности 10.01.10 – Журналистика) представляет собою актуальную, обладающую несомненной **научной новизной** квалификационную работу, в которой содержится решение задач, имеющих важное значение для развития теории политической коммуникации в целом. **Результаты и выводы исследования логичны, достоверны и документально подтверждены.**

Диссертация в полной мере **отвечает требованиям**, предъявляемым ВАК РФ к исследованиям подобного типа, соответствует пп. 9-14 (в редакции от 21.04.2016 г. № 335) Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 г.

Автор О.В.Дегтярева **заслуживает** присуждения искомой ученой степени кандидата политических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Отзыв о диссертации Ольги Викторовны Дегтяревой «Коммуникативные стратегии медиахолдингов Украины в легитимации власти и лоббировании интересов финансово-промышленных групп» подготовлен Е.Е. Топильской, кандидатом филологических наук, доцентом, заведующим кафедрой связей с общественностью факультета журналистики; обсужден и утвержден на заседании кафедры связей с общественностью ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» 30 марта 2017 г. (протокол № 9).

заведующий кафедрой связей с общественностью
факультета журналистики ФГБОУ ВО
«Воронежский государственный
университет», кандидат филологических
наук, доцент



Е.Е. Топильская
394068, Россия, г. Воронеж,
ул. Хользунова, 40-а, ауд. 106
тел.: 8(473) 274-94-91
89204091956
e-mail: topielena@yandex.ru