

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию Прохорова Андрея Васильевича на тему: «Уровневая модель медиауниверсума современного университета», представленную на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика»

Представленная к защите диссертация касается одной из важнейших проблем, связанных с современным высшим образованием, функционалов его субъектов и той медиасредой, в которой они существуют. Конечно, и до этого были исследователи и теоретики, кто посвящал собственные теоретические разработки обозначенной тематике. Однако стоит отметить принципиальную новизну и актуальность работы А.В. Прохорова, каковые заключаются в смелой попытке комплексно решить проблему отношений университета как высшей организационной и научной формы получения знаний и той медиасреды, в которой подобные задачи приходится решать сегодня всем вузам без исключения. И в этом нам видится принципиальная новизна предложенного научного труда.

Мы принимаем подобный подход соискателя. Более того, на наш взгляд, он видится едва ли не единственно возможным в современном медиаконтексте. Необходимо учитывать не только общий геополитический, идеологический, но и технологический контекст развития как самой медиасреды, так и вузовской образовательной среды. Понятно, что постановка задачи описания и структурирования уровневой модели медиауниверсума потребовала от исследователя глубокой аналитической проработки первоначального эмпирического материала, а также максимально возможного расширения горизонтального поля всего массива отечественной и зарубежной прессы, которую мы по традиции именуем вузовской.

На это направлена и структура диссертации. Хотя некоторые ее параграфы (особенно, те, которые посвящены зарубежным СМИ) кажутся нам

избыточными. Тем более, что очевидна тенденция отказа от той системы вузовского образования, которая была навязана российской высшей школе в постсоветский период ее развития, и которая в нынешних условиях обречена на забвение и отказ в ее определяющем статусе по многим причинам. Зачем изучать и описывать то, что нам вряд ли пригодится в ближайшие десятилетия? Но это вопрос, скорее, риторический.

Автор точно определяет задачу и цели своего исследования. Мы согласимся, в основном, также и с его определениями объекта и предмета представленного научного текста. Отметим логическую выверенность и взаимосвязь глав диссертации, включающей в себя обширный исторический экскурс. Подобное строение текста научного труда увеличивает не только объем используемого автором эмпирического материала, но и создает эффективные предпосылки непосредственно для самого теоретического анализа заявленной проблематики, подтверждения положений, выносимых на защиту.

Структура работы состоит из введения, пяти глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во Введении дана общая характеристика работы, обоснованы актуальность, степень изученности темы, ее теоретическая и практическая значимость, новизна, формулируются цели и задачи исследования, определяются объект и предмет, эмпирическая и теоретико-методологическая база, изложены положения, выносимые на защиту, представлена апробация результатов исследования. То есть соблюдены все требования, которые характеризуют данную часть исследования и играют роль своеобразного входа в текст. В первой главе «Становление вузовских медиа в России и за рубежом» использована диахрония и рассмотрены особенности становления вузовских медиа в России и за рубежом, что позволило выявить трансформации, происходящие в вузах, изучить причины и специфику изменений их медиасреды, связанных с необходимостью трансляции ценностей бренда университета в соответствии с выбранной им моделью функционирования.

Во второй главе «Медиауниверсум как медийное измерение университета» рассматриваются причины изменений, происходящих в медийной вузовской среде. В результате происходящих изменений медийная среда вуза приобретает более сложный характер. Для описания новой медиасреды предлагается понятие «медиауниверсум» вуза, который обладает многоуровневой структурой. Это ключевой фрагмент диссертации. По мнению ее автора, формирование медиауниверсума стало результатом реакции на трансформацию медиасреды под влиянием изменений в обществе, необходимости решения широкого спектра задач, стоящих перед вузами. В рецензируемой работе медиауниверсум вуза есть модель, состоящая из 7 уровней: технологического, организационно-инфраструктурного, содержательного, ценностного, оценочного, символического, субъектно-объектного. Автор дает определения каждого из них, а также указывает на специфику и отличие одного от другого.

В третьей главе «Имидж и бренд университета в условиях глобализации» мы встречаем характеристику ценностного уровня медиауниверсума университета через рассмотрение специфики формирования имиджа и сильного бренда вуза как конкурентного преимущества в условиях глобальной конкуренции. В качестве ценностной основы построения бренда необходимо рассматривать корпоративную культуру университета. Миссия и модель функционирования университета понимаются в контексте построения и позиционирования бренда вуза. Представлен опыт брендинга российских университетов в контексте формирования национальных моделей университетов, которые по сути являются вузами особого статуса.

В четвертой главе «Функционирование медиасреды российских и зарубежных вузов» даны характеристики современного состояния медиасреды российских и зарубежных университетов, изменения в функционировании которой происходят в соответствии с расширением спектра задач, стоящих на повестке дня перед вузами.

В пятой главе «Специфика представленности университетов в Интернет-пространстве» авторы рассматривают отдельные аспекты технологического и содержательного уровней медиауниверсума университета: охарактеризована работа университетов в новых медиа, представлены основные тематические направления и характеристики типов контента в социальных сетях вузов. Четко обозначена необходимость выделения оценочного уровня медиауниверсума вуза, что обусловлено жизненным циклом вузов, который характеризуется соперничеством учебных заведений на «рынке репутаций». В заключении подводятся итоги проведенного исследования, представлены выводы, обозначены перспективы дальнейшего изучения заявленной проблемы.

Список использованной литературы включает 418 источников. Приложение содержит 9 таблиц, иллюстрирующих материалы работы. Даны также и моменты широкой апробации основных положений и выводов данного научного исследования, что свидетельствует о нацеленности автора диссертации не только на результат в виде завершеного и оригинального текста, но и на внедрение его теоретических выкладок в практику образовательной деятельности. Отметим также как положительный момент, подкрепляющий серьезность и весомость проделанного исследования, который заключается в значительном количестве научных публикаций по теме диссертации, в том числе, в статусных и солидных изданиях. В то же время хотелось бы получить дополнительные комментарии автора диссертации по ряду позиций.

1. Насколько синонимичны понятия «вузовская пресса» и «корпоративные СМИ». И не происходит в случае замены термина на другой подмена смысла? Тем более, что параграф 4.1. автором номинирован как «Корпоративная вузовская пресса в России».
2. Параграфы диссертации, относящиеся к зарубежным вузовским СМИ, не являются ли они лишь данью формату солидного и энциклопедического исследования?

3. Какова роль личности руководителя университета и ее персонификация с вузом в формировании медиауниверсума?
4. Что автор понимает под «структурой медийного измерения университета» (стр.7)?
5. Не стоило бы ввести ключевое определение диссертации «медиауниверсум» чуть раньше, чем на странице 83 данной работы?
6. В чем причина излишнего внимания автора к Университету ИТМО и является ли корректным его название с учетом расшифровки его аббревиатуры?
7. Можно ли считать частью медиауниверсума те специальные курсы и циклы по корпоративной культуре конкретного университета, которые обязательны для всех без исключения категорий обучающихся? В этом смысле показателен пример СПбГУ.
8. Нам кажется, что стоило более активно использовать в данной диссертации оригинальный термин «академический капитализм», введенный в текст исследования автором. С его помощью можно подобраться к разъяснению и пониманию некоторых узких и проблемных мест современной системы отечественного образования вообще и высшего, в частности.

В целом, эти вопросы направлены на разъяснение некоторых моментов представленного исследования, разъяснение которых лишь усилят общее позитивное впечатление от знакомства с диссертацией А.В. Прохорова. Они не носят принципиального характера, так как, по мнению оппонента, нам представлен солидный, наполненный массой структурированных сведений, фактов, статистикой и перечнями соответствующих СМИ. Их количество и качественный анализ переводит диссертацию в должный формат докторского квалификационного научного труда.

Он носит абсолютно самостоятельный и завершенный характер. Выводы автора обоснованы и доказаны. Положения, которые он на старте написания данного научного исследования, выносил на защиту, можно считать

доказанными и адекватными общему характеру развития идей исследователя непосредственно в тексте диссертации.

Исходя из вышесказанного, мы можем сделать вывод о том, что диссертация Прохорова Андрея Васильевича на тему: «Уровневая модель медиауниверсума современного университета», представленная на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика», соответствует требованиям, предъявляемым «Положением о присуждении ученых степеней» Высшей Аттестационной Комиссии РФ к квалификационным трудам подобного статуса, а ее автор - Прохоров Андрей Васильевич - заслуживает присуждения искомой степени доктора филологических наук по специальности 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика».

Официальный оппонент,
доктор филологических наук,
профессор Института «Высшая школа
журналистики и массовых
коммуникаций» Санкт-Петербургского
государственного университета



Ильченко С.Н.

05.06.2023 г.

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ:

Ильченко Сергей Николаевич
ученая степень: доктор филологических наук
по специальности журналистика, 10.01.10
(диплом: серия ДДН № 024221,
решением ВАК Министерства образования и науки РФ,
приказ от 24 июня 2013 г. № 293/нк-6);

ученое звание: доцент кафедры телерадиожурналистики
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
утверждено Приказом Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки РФ
от 21 июня 2006 года (№ аттестата доцента: ДЦ № 001466).

Адрес места работы: Россия, 190034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, 7-9.
Телефон служебный: + 7-812-363-61-11,
доб. 34-35, 34-36.
e-mail места работы: tvr@jf.spbu.ru
web-сайт места работы: <https://spbu.ru/>

