

Рецензия
на выпускную квалификационную работу обучающейся СПбГУ,
направления «Социология» (магистратура), профиля «Экономическая социология»
Зелениной Алены Юрьевны
по теме: «Экономико-социологический анализ современного медиакапитализма:
на примере российских онлайн-СМИ»

Выпускная квалификационная работа учащейся магистратуры А. Ю. Зелениной выполнена на актуальную и интересную тему – экономико-социологическое исследование современных российских СМИ. Актуальность темы несомненна, так как автор в работе анализирует основные проблемы медиапроизводства и медиапотребления в России. Автор анализирует особенности этих процессов с точки зрения теории и методологии неомарксизма, что добавляет исследованию оригинальности.

ВКР включает две главы, разбитые на параграфы, введение, заключение, список литературы и приложения, содержащие инструментарий эмпирического социологического исследования. Во введении автор изложил свои взгляды на актуальность, степень разработанности темы, цель и задачи, теоретико-методологические основы ВКР (с. 3-6). Структура ВКР обусловлена заявленными во введении задачами (с. 5). В первой главе автор анализирует основные теоретические подходы к исследованию современных СМИ, особое внимание уделяя марксистскому и неомарксистскому подходу (с. 7-37). Несомненный интерес представляет параграф, где автор анализирует суть концепции информационного капитализма К. Фукса (с. 29-37). При этом под медиакапитализмом автор понимает «такую форму развития современного капитализма, при которой производство и присвоение прибавочной стоимости происходит посредством медиа и медиатехнологий, которые, в свою очередь, являются наиболее перспективной формой обеспечения взаимодействия базиса (то есть рабочей силы и производства) и надстройки (то есть общественного сознания)» (с. 37). Во второй главе автор излагает результаты эмпирического социологического исследования особенностей медиапроизводства и медиапотребления (с. 38-64). Здесь автор анализирует особенности деятельности предприятий он-лайн СМИ (с. 38-47). Автор также обращается к анализу понятия «коммуникативный капитал» как основной показатель эффективности он-лайн СМИ (с. 47-51). В этой же главе изложены и результаты эмпирического социологического исследования функционирования он-лайн СМИ, при этом автор опирается на данные интервью с экспертами. Анализ эмпирической информации подкреплен программой и инструментарием, который может быть использован в аналогичных исследованиях (с. 76-92). В заключении автор подводит итоги исследования, формулируя ответы на основные задачи исследования.

Результаты ВКР А. Ю. Зелениной представляют значительный интерес и для экономической социологии, и для решения прикладных задач развития современных российских СМИ. Текст ВКР характеризуется логикой изложения материалов теоретических и эмпирических исследований. Содержание ВКР соответствует заявленному названию. Список литературы включает достаточное количество необходимых, современных источников по теме исследования. ВКР выполнена на высоком профессиональном уровне.

Однако, к тексту есть и замечания:

1. Автору можно было бы порекомендовать в 1 главе сравнить неомарксистский подход к изучению медиакапитализма с другими, которые есть в социологии коммуникаций.
2. Какие рекомендации автор мог бы сформулировать, на основе выполненного исследования, современным российским СМИ?

ВКР А. Ю. Зелениной отвечает всем требованиям, предъявляемым к ВКР магистров. Автор, несомненно, заслуживает положительной оценки «отлично». А. Ю. Зелениной можно было бы порекомендовать продолжить научную работу в избранном направлении исследований.

кандидат социологических наук,
профессор



Р. А. Костин