

ОТЗЫВ

**официального оппонента Белоедовой Анны Викторовны о диссертации
Гребенкиной Анны Геннадьевны «Взаимодействие региональных онлайн-СМИ с
аудиторией: ресурсы и возможности», представленной к защите на соискание ученой
степени кандидата филологических наук по специальности**

10.01.10 – Журналистика

Актуальность темы кандидатской диссертации А.Г. Гребенкиной не вызывает сомнений. Современная система СМИ за короткий период претерпела массу изменений, как в содержательном плане, так и с формальной точки зрения – трансформировались не только способы и формы передачи информации в связи с освоением новых возможностей интернет-пространства, но и особенности медиапотребления целевых аудиторий. В ответ на вызовы времени возникли и постоянно совершенствуются мультимедийные, гипертекстуальные и интерактивные онлайн-издания с оригинальным контентом. У таких СМИ расширились и возможности взаимодействия со своей аудиторией. Мультимедийность позволяет в рамках одного журналистского материала совместить текст, фото, видео, аудио, инфографику, анимацию, элементы дополненной реальности и др., что позволяет сосредоточить в одном источнике преимущества всех традиционных СМИ. Гипертекстуальность дает возможность читателям быстро уточнить бэкграунд событий, проверить источники, полноту и контекст цитирования в виду включения журналистами в публикации гиперссылок. А интерактивность интернет-площадок обеспечивает мгновенный обмен мнениями между читателями и журналистами путем комментирования материалов. Федеральные онлайн-СМИ с успехом пользуются новыми возможностями, создавая интерактивные карты событий, интересные и технически сложные лонгриды, используя элементы дополненной реальности, подавая новости в виде виртуальной игры и пр. Но могут ли региональные издания конкурировать за внимание своего читателя, обладая более скромным запасом технических и человеческих ресурсов? Необходимость и важность анализа способов, возможностей и проблем взаимодействия региональных интернет-СМИ и стало главным предметом рассмотрения в представленной к защите кандидатской диссертации.

В работе А.Г. Гребенкиной так же затрагиваются важные проблемы, связанные с тем, что региональным онлайн-изданиям приходится существовать в режиме постоянной гонки в освоении сервисов и площадок новейших медиа (социальных сетей, мессенджеров, приложений для мобильных устройств, алгоритмов новостных агрегаторов), которые диктуют собственные требования к форматам и формам предъявления информации. Как справедливо отмечает автор, у журналистов зачастую

просто не хватает времени и технических ресурсов оценить, «насколько востребован определенный сервис или формат» (с. 5), так как их популярность постоянно меняется, на место, казалось бы, только появившимся площадке или тренду уже приходят новые. Повышенные требования к оперативности и мультизадачности в относительно небольших по численности региональных редакциях закономерно приводят к снижению качества контента, в первую очередь страдают базовые деонтологические принципы журналистики – достоверность, точность, объективность и полнота транслируемой СМИ информации. Все эти вопросы находятся в авангарде осмысления как исследователями, так и практиками современной медиасреды, что подчеркивает актуальность, важность и своевременность выбранной Анной Геннадьевной темы для своего квалификационного исследования.

Внимание исследователя сосредоточено на комплексном осмыслении вопросов взаимодействия региональных онлайн-изданий с аудиторией, включающем как описание традиционных способов, так и новых, которые возможно реализовать только в интернет-пространстве. Кроме того, в работе выявляются, типологизируются и описываются факторы, осложняющие контакты СМИ со своими читателями, а также средства укрепления и развития таких контактов. Что и сформулировано в гипотезе исследования, выдвигаемой на защиту: «региональные издания не в полной мере используют имеющиеся у них возможности для налаживания регулярного и долгосрочного взаимодействия с аудиторией. Это может быть связано как с недостаточной проработкой данного аспекта журналистами на уровне создания текста и его оформления, так и с неверной редакционной политикой или нехваткой материальных и человеческих ресурсов» (с. 7-8). Для решения поставленной задачи автор диссертации в соответствии с канонами научной работы определил объект и предмет исследования, сформулировал цель и решаемые им задачи.

Стоит отметить значительный и актуальный объем эмпирической базы исследования, в которую включены публикации за 2018 – 2021 годы (более трех тысяч новостей и около сотни материалов больших форм) пяти сетевых изданий Воронежской области. Это частное издание «МОЁ! Online», местное государственное СМИ «РИА Воронеж», региональные представительства федеральных изданий «Комсомольская правда в Воронеже», «Блокнот Воронеж» и «Вести Воронеж». В материалы исследования также включены официальные группы онлайн-изданий в наиболее популярных социальных сетях. Такую выборку материала исследования можно считать вполне репрезентативной, а полученные на основе ее анализа результаты релевантными.

Комплексный подход автора к теме прослеживается и на уровне методологической базы. В нее включены, помимо описательного, системно-структурного и сопоставительного, также и метод типологического анализа онлайн-изданий, который не

получил пока что, на наш взгляд, достаточного осмысления в теории журналистики. Данный метод автор дополняет такими методами стратегического анализа и планирования как SWOT-анализ и матрица BCG. Кроме того, использованы экспертное интервью с представителями региональных и федеральных СМИ, а также метод включенного наблюдения, так как автор диссертации последние пять лет работает в региональном представительстве «Комсомольской правды».

Теоретическая база диссертации отражает необходимый баланс между классическими и новейшими концепциями в изучении медиа, что помогает автору сохранить методологическую преемственность в изучении аудитории СМИ, ее потребностей, основных свойств и характеристик (исследования С.Г. Корконосенко, Я.Н. Засурского, Е.П. Пронина, Е.П. Прохорова, Г.А. Почепцова, В.В. Тулупова и мн. др.). Интернет-среда и особенности ее влияния на традиционные формы взаимодействия СМИ и аудитории изучались на основе научных работ А.А. Амзина, Е.А. Барановой, А.А. Калмыкова, А.Г. Качкаевой, Л.А. Кохановой, Г.В. Лазутиной, М.М. Лукиной, Е. Монро, И.Д. Фомичевой, А.А. Мирошниченко, В.Ю. Пули и др.

Структура диссертации соответствует решению тех задач, которые поставил перед собой ее автор. Диссертация состоит из Введения, трех глав, Заключения и Библиографического списка, который насчитывает 190 позиций, включая книги и учебную литературу, статьи и иные материалы, опубликованные в научных изданиях, информационные и справочные интернет-ресурсы, журналистские тексты, опубликованные в сетевых СМИ.

Введение соответствует требованиям подобного элемента структуры научного исследования, в его тексте присутствуют: обоснование актуальности диссертационной темы, формулирование научной проблемы, определение объекта и предмета исследования, его цели и задач, описание эмпирической, теоретической и методологической базы диссертации, формулируются положения, выносимые на защиту, и аргументируется научная и практическая значимость работы.

Содержание диссертационного исследования включает три главы, последовательно раскрывающих тему – от осмысления современного состояния и опыта взаимодействия с читателями воронежских онлайн-изданий (в первой главе) до анализа факторов, которые осложняют это взаимодействие, (во второй главе) и изучения средств и способов укрепления контактов региональных сетевых СМИ со своей аудиторией (в третьей главе).

Итак, **первую главу «Современное взаимодействие интернет-изданий с аудиторией»** открывает аналитический обзор научной литературы. Автор всесторонне рассматривает центральное для работы понятие целевой аудитории, описывает ее виды – первичная и вторичная; реальная, потенциальная и расчетная (по Е.П. Прохорову), а также формы взаимодействия СМИ и аудитории: эпистолярная, «мгновенная», соавторская,

тестирующая, консультативная, экспертная, исследовательская (по С.Г. Корконосенко). От анализа традиционных концепций А.Г. Гребенкина закономерно переходит к описанию новых тенденций функционирования СМИ, которые напрямую влияют на работу журналиста и продиктованы новыми информационными потребностями современной аудитории. Отмечаются требования мультизадачности к работникам СМИ, владение ими разнообразным техническим и технологическим инструментарием, усиление информационного влияния социальных сетей, появление большого количества авторских медиа в интернет-среде, создание влиятельными коммерческими брендами собственных экосистем и суперприложений, удовлетворяющих в том числе и информационные потребности пользователей в удобной и замкнутой на этой же системе форме. Последовательное теоретическое описание состояния современной массмедийной реальности позволяет автору диссертационной работы объяснить в последующих параграфах главы, почему онлайн-издания Воронежской области функционируют определенным образом и какой эффект это оказывает на выстраивание взаимоотношений с аудиторией.

В параграфах первой главы автор описывает немногочисленные концепции типологии интернет-СМИ (И.Ф. Давыдова, А.А. Калмыкова и Л.А. Кохановой, А. Акопова), справедливо отмечая тот факт, что «для сетевых изданий нет общепризнанной типологической матрицы» (с. 28), а также ключевые типологические характеристики и особенности взаимодействия с читателями региональных онлайн-изданий «МОЁ! Online», «РИА Воронеж», «Комсомольская правда в Воронеже», «Блокнот Воронеж» и «Вести Воронеж». Типологический анализ последовательно раскрывает специфику изданий через структурно-содержательное и жанровое описание сайтов СМИ, заостряя внимание на характеристике способов реализации интерактивности, мультимедийности и гипертекстуальности. Взаимодействие изданий с читателями, по наблюдениям А.Г. Гребенкиной, в основном осуществляется воронежскими онлайн-СМИ через возможность комментирования опубликованных материалов и обращения в редакцию посредством электронной почты. Некоторые сайты (например, «МОЁ!Online» и «Блокнот. Воронеж») предлагают и другие способы взаимодействия с читателями, в некотором смысле имитирующими коммуникацию в социальных сетях, среди них: возможность предложить пользовательский контент к опубликованию и составить свою альтернативную ленту новостей, наличие форума или чата, в которых воронежцы могут обсуждать текущие события в формате реального времени.

Обстоятельное описание сайтов и их возможностей автор исследования удачно сопровождает анализом матрицы BCG, которая позволяет проследить распределение внимания аудитории к различным темам. Кроме того, по каждому изданию составлен SWOT-анализ, результаты которого А.Г. Гребенкиной были обсуждены в ходе экспертных

интервью с главными редакторами онлайн-СМИ. Исследователь отмечает, что все изучаемые средства массовой информации ведут свои официальные группы в наиболее популярных социальных сетях, причем формат подачи информации там ограничивается анонсом и ссылкой на сайт, где представлен полный текст материала, что относится скорее к неудачным способам SMM-продвижения: «По мнению некоторых медиаэкспертов, количество переходов из социальных сетей на сайты постоянно уменьшается, и в будущем эта ситуация не улучшится» (с. 71).

Во второй главе «Факторы, осложняющие контакты СМИ и аудитории» рассматриваются помехи и препятствия, образующиеся на уровнях контента, канала распространения информации, автора и аудитории.

На уровне контента А.Г. Гребенкиной выделяются количественные и качественные факторы. Недостаток количества информации связан, по мнению автора, с двумя важными причинами. Во-первых, информация более оперативно появляется в социальных сетях: «...едва ли не основными поставщиками громких информационных поводов становятся социальные сети, в частности, телеграм-каналы» (с. 98). А, во-вторых, в повестку региональных СМИ часто не попадает важная информация в виду «стремления официальных источников к замалчиванию инфоповодов, имеющих негативный характер» (с. 100). К качественным факторам, влияющим на отношении аудитории к СМИ, относятся фейковые новости и проблемы, связанные с их верификацией, противоречивость подаваемой в СМИ информации и численная ограниченность экспертного сообщества, представленного в медиасреде.

Трудности налаживания контакта с аудиторией могут возникать и на уровне канала, к ним автор относит формат изданий и разнообразные технические помехи. Действительно, формат издания довлеет над всей работой журналиста, начиная от отбора информационных поводов и тем для освещения и заканчивая фокусом внимания и интерпретацией событий (с. 114). Важным фактором становится репутация издания, уже сформированный пул лояльных читателей. В качестве значимых отмечаются технические помехи, связанные со скоростью и качеством работы сайта онлайн-издания, его адаптированностью под мобильный формат чтения.

Сложности взаимодействия связаны и с особенностями адресата и адресанта современной массмедийной коммуникации. Сегодня к автору как к субъекту журналистской коммуникации предъявляются со стороны редакций и общества в целом повышенные требования. Современный журналист должен быть многозадачным: обладать технологическими навыками, уметь работать с информацией и ее источниками, доступно излагать собранный материал, соблюдать основные стандарты и принципы журналистики (с. 120). Вместе с тем, региональный работник онлайн-издания может обладать недостаточным количеством профессиональных компетенций, что затруднит

выстраивание взаимоотношений со своей аудиторией, которая сегодня перегружена информацией. Такой информационный «перегрев» аудитории приводит к тому, что журналистские тексты просматриваются в «фоновом режиме», материалы отбираются с точки зрения кликабельности заголовков и скандальности подачи. В противовес отмеченным тенденциям автор работы рекомендует редакциям онлайн-изданий проводить более глубинные исследования целевой аудитории на основе автоматизированных метрик, адаптировать свой контент под каждую онлайн-платформу, использовать мультимедийные технологии при создании материалов.

Первые два параграфа **третьей главы «Средства укрепления контакта региональных онлайн-изданий с аудиторией»** несколько выбиваются из общей логики рассуждений автора диссертационного исследования, на наш взгляд. Анна Геннадьевна Гребенкина в начале главы обращает внимание на то, что она сознательно не анализирует отдельно и подробно пользовательский контент, ключевой задачей которого является вовлечение читателей в собственные материалы и их обсуждение, а также технологический аспект публикаций (с. 133), сосредотачиваясь на качестве информационных и аналитических материалов воронежских онлайн-СМИ. Хотя именно эти аспекты рассматривались как ключевые и привлекающие внимание аудитории к изданиям (см. параграфы 1.3 и 1.5), а их отсутствие как то, что затрудняет взаимодействие журналистов с читателями (см. параграфы 2.3 и 2.4).

В первом параграфе третьей главы автор рассуждает о том, что такое новость, каковы ее критерии. Отмечается, что сегодня происходит унификация новостей, подстройка их структуры и содержания под единые медийные стандарты, обусловленные требованиями поисковых систем и SEO-алгоритмов. А.Г. Гребенкина приводит большое количество примеров новостных материалов, опубликованных в анализируемых региональных изданиях, в них отмечает ключевые информационные поводы и топики. Разнообразные примеры, любопытные, глубокие и важные размышления автора, вместе с тем, не отвечают на вопрос, какое же влияние оказывают новости на аудиторию? Каким образом новостная политика помогает укрепить взаимодействие с читателями? И каким образом это происходит? Такие же вопросы возникают при знакомстве со вторым параграфом «Роль аналитических материалов в выстраивании контакта с аудиторией». Эта самая роль и остается не совсем ясной. Каким образом аналитические материалы находят отклик у аудитории? Как это может понять редакция – по количеству просмотров пользователями материала, по содержанию комментариев, обсуждению поднятой темы в социальных сетях?

В последнем параграфе главы «Истории как способ укрепления взаимодействия интернет-СМИ с аудиторией» дается краткий обзор возникновения и развития сторителлинга в различных социальных практиках, а также описание особенностей

реализации такого приема организации материала в журналистике и в воронежских онлайн-СМИ, в частности. Автор работы на основе анализа примеров доказывает, что ключевыми элементами хорошей и интересной аудитории истории выступают проработанная фактура, легкая подача, выстроенная драматургия и композиция, хороший визуальный ряд.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования, формулируются основные выводы, подтверждающие выдвинутую гипотезу диссертации. Следует признать, что выводы логично вытекают из представленного научного текста, они обоснованы и коррелируют с общими тенденциями современных научных исследований в области изучения онлайн-СМИ, а также медиаповедения их аудитории. При этом они структурированы и последовательны в своей доказательности, исходят из анализа привлекаемого эмпирического материала.

Диссертация А.Г. Гребенкиной – это самостоятельный оригинальный труд, выполненный, без сомнения, на чрезвычайно актуальную тему. Вместе с высокой оценкой работы в целом, хотелось бы задать несколько вопросов, требующих комментария автора работы:

1. Во втором положении, выносимом на защиту, указывается, что тематическая палитра и способы представления информации в воронежских онлайн-изданиях практически идентичны, но количество читателей (посетителей сайта) могут значительно отличаться (с. 9-10), это связывается с общим оформлением сайтов, расположением рубрик, стилистикой материалов, возможностью комментирования. Но может ли популярность того или иного ресурса зависеть от привычек медиапотребления аудитории?

2. Используют ли воронежские онлайн-СМИ возможности продвижения своего контента через популярные городские или областные новостные паблики в наиболее популярных социальных сетях? Какие темы чаще всего отбираются редакторами пабликов и получают наибольший отклик от аудитории? Может ли такое сотрудничество стать стратегией по привлечению лояльных пользователей на сайты изданий?

Все высказанные вопросы не носят принципиального характера, а скорее подчеркивают актуальность и значимость выполненного диссертационного исследования.

Автореферат представленной к защите диссертации в полной мере отражает её структуру и содержание, адекватно излагает выводы проведенного исследования. Положения, выносимые на защиту, соответствуют полученным результатам. Работа в целом является оригинальным научным трудом, имеющим большое теоретическое и практическое значение. Научные публикации диссертанта соответствуют проблематике диссертации, представлены в достаточном объеме. Автором опубликовано 7 научных работ по теме диссертационного исследования, в том числе три – в изданиях, включённых в перечень Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки РФ.

Основные положения диссертации апробированы на общероссийских научно-практических конференциях и могут использоваться в преподавании как общих курсов по журналистике («Основы журналистской деятельности», «Система жанров СМИ», «Типология и система СМИ»), так и в рамках профильных дисциплин, посвященных интернет-СМИ (например, «Мультимедийная журналистика»).

В свете изложенного выше считаем, что диссертация А.Г. Гребенкиной «Взаимодействие региональных онлайн-СМИ с аудиторией: ресурсы и возможности» может быть признана научным произведением, полностью соответствующим требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 № 842, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а её автор – Гребенкина Анна Геннадьевна – заслуживает присвоения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.

Официальный оппонент:

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры коммуникативистики,
рекламы и связей с общественностью
института общественных наук
и массовых коммуникаций
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»

Белоедова Анна Викторовна

25.03.2022

Адрес: 308501, РФ, Белгородская область, Белгородский район, пос. Дубовое, ул. Зеленая, д. 9, кв. 181.

Телефоны: (4722) 30 11 82 (раб.); +7 951 132 92 18 (моб.)

E-mail: beloedova@bsu.edu.ru

