

## ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации

Шароян Сирануш Вардановны «Изучение предпочтений аудитории как фактор деятельности редакций онлайн-СМИ (на примере РБК)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика (филологические науки)

Данная диссертации посвящена **актуальной проблеме** влияния инструментов веб-аналитики на редакционные процессы. В контексте масштабных перемен в отношениях СМИ со своей аудиторией перед медиаисследователями стоит задача концептуального осмысления специфики использования данных о предпочтениях аудитории в работе редакций. Выдвинув гипотезу о том, что СМИ и их аудитория по-разному оценивают качество журналистских материалов, диссертантка исследует, как данные, собранные с помощью систем веб-аналитики, используются в одном из крупнейших российских онлайн-СМИ для того, чтобы приблизиться к пониманию предпочтений аудитории, и как они влияют на процесс производства и презентации контента. Автор также показывает, как данные веб-аналитики могут использоваться для выявления факторов, влияющих на популярность материалов в каждом конкретном онлайн-СМИ.

В своей работе С.В. Шароян опирается на большой теоретический материал, обращаясь к трудам отечественных и зарубежных авторов, посвященным особенностям отношений редакций традиционных СМИ со своей аудиторией в доцифровую эпоху, трансформации этих отношений, теории гейткипинга и классических критериев отбора новостей. В диссертации системно анализируются экономические и технологические факторы, которые привели к сдвигу в отношениях СМИ с аудиторией в начале XXI века, а также последствия внедрения систем веб-аналитики в редакционные процессы.

Заявленная во введении цель - выделить в работе современных редакций процессы, подверженные непосредственному воздействию данных

веб-аналитики о читательских предпочтениях, а также раскрыть возможности использования этих данных в определении факторов читательских предпочтений – задает четкую и продуманную логическую **структуру диссертации**. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы (более 150 наименований).

Во введении убедительно обосновываются актуальность темы исследования, его научная новизна, определяются объект и предмет исследования, его цели и задачи. Представлены степень научной разработанности проблемы, характеристики теоретической и эмпирической базы исследования, а также обосновываются методология и конкретные методики.

**Первая глава** «Эволюция отношений редакций СМИ с аудиторией в цифровую эпоху» посвящена анализу одной из основных проблем в работе СМИ – игнорированию предпочтений аудитории. Диссертантка на основе этнографических наблюдений показывает, что на протяжении десятилетий редакции СМИ мало что знали о своих читателях, слушателях и зрителях. Они не считали нужным тратить много сил и времени на изучение аудитории, несмотря на то, что нередко вкусы сотрудников СМИ и их потребителей не совпадали.

Автор убедительно показывает, что в середине 2000-х годов в отношениях редакций со своей аудиторией произошла трансформация, обусловленная двумя ключевыми факторами: растущим экономическим давлением на СМИ и развитием технологий, которые привели к росту популярности онлайн-изданий, имеющих значительно больше возможностей для определения предпочтений аудитории. Системы веб-аналитики позволяют получить в разы больше информации о том, как пользователи взаимодействуют с публикациями СМИ. Автор подчеркивает, что данные этих систем начали играть значительную роль в принятии редакционных решений, несмотря на сопротивление журналистов изменениям, снижавшим автономность их решений.



Во второй главе «Современные практики использования данных веб-аналитики для изучения аудитории» диссертантка подробно анализирует их причины, масштаб и принципы, внедренные в редакции сайта РБК. На основе опроса сотрудников и читателей российских деловых изданий она показывает, что трансформация отношений СМИ с их аудиторией оказалась неизбежна из-за разного понимания ими того, какие материалы можно считать качественными, и по каким критериям следует оценивать медиаконтент. В то время как журналисты и редакторы опираются на критерии, утвержденные в профессиональных кодексах (объективность, достоверность и т.д.), мнение аудитории чаще формируется на основе качества структурных компонентов (удачный заголовок, иллюстрация и пр.).

Автор вдумчиво исследует результаты кейс-стади работы редакции РБК, подчеркивая, что журналисты и руководство медиахолдинга пытаются получить максимально точные данные о своей аудитории, которые в итоге влияют как на тактические решения (расположение материалов на сайте и попадание в газету), так и на стратегические (запуск редизайна сайта и создание отдела по работе с соцсетями). С помощью регрессионного анализа наиболее популярных материалов сайта РБК диссертантке также удается определить факторы, влияющие на количество просмотров материалов. Наиболее ценный вывод исследования состоит в том, что для каждого СМИ в интересующий его редакцию отрезок времени можно выявить ряд конкретных факторов, которые повысят популярность публикуемых материалов.

**Научная новизна диссертации** заключается в постановке и решении проблемы, практически не освещенной в научной литературе и нуждающейся в исследовательской проработке. В работе С.В. Шароян впервые комплексно изучают существующие практики применения данных о читательских предпочтениях в онлайн-СМИ, и возможности их использования для определения факторов читательских предпочтений. Автор также предлагает количественный анализ данных веб-аналитики по

материалам сайта РБК, ежемесячная аудитория которого в период проведения исследования превышала 20 миллионов человек.

Достоверность результатов диссертации основывается на тщательной проработке теоретической базы и скрупулезном анализе эмпирического материала, касающихся поставленной научной проблемы. В числе применяемых методов автор умело использует анкетирование и кейс-стади, в рамках которого непосредственно велось включенное наблюдение и регрессионный анализ вторичных данных.

В свете экономических сложностей, с которыми в начале XXI века столкнулись средства массовой информации на фоне снижения доходов от рекламы и продаж, и усиления конкуренции не только со стороны растущего числа новых медиа, но и со стороны альтернативных рекламных площадок, одной из главных задач СМИ становится сохранение и увеличение своей аудитории, от размеров и качества которой зависит экономическая состоятельность изданий.

**Практическая значимость исследования** состоит в том, что оно показывает, как именно редакции изучают предпочтения своей аудитории и как полученные знания влияют на редакционные процессы.

Выводы диссертации С.В. Шароян могут быть использованы также в учебном процессе по журналистике.

Наряду с положительными сторонами данная диссертация не лишена и некоторых недочетов. В частности, автор пишет, что выбор исследуемого периода сайте РБК объясняется тем, что в середине 2014 года руководство холдинга приняло решение перейти с принципа *print-first*, когда традиционные издания (газета РБК и журнал РБК) являются основным продуктом, а сайт – дополнением к нему, к принципу *web-first*, когда стратегическим продуктом становится именно вебсайт (с.85). Думается, в работе было бы уместно проследить ретроспективу этих переходов. Ведь «Росбизнесконсалтинг» изначально был создан как сугубо сетевой ресурс (1993 г.), превратившийся позже в сетевое информационное агентство,



которое сыграло большую роль в период дефолта (1998 г.), обеспечивая свою аудиторию объективной информацией. Только с 2003 года РБК расширил свое присутствие на традиционном информационном рынке за счет бумажных изданий – «РБК-дейли» и журнала «РБК», «РБК-ТВ». Поэтому принцип *web-first* здесь используется не впервые.

Следует отметить, что библиографический список тоже требует доработки. Здесь мало свежей отечественной литературы (в том числе по проблемам изучения аудитории СМИ), она более чем в два раза уступает иностранным изданиям. И нуждается в уточнении. Так, в разделе «Диссертации» значится автореферат докторской диссертации В.С. Кулева «Деловая пресса России». Виталий Сергеевич докторской диссертации не писал. В 1981 г. он защитил кандидатскую диссертацию «Действенность журналистских выступлений: вопросы теории, методики организации контроля». «Деловая пресса России: состояние и перспективы» - это его статья в книге «Деловая пресса России: настоящее и будущее» (М., 1999). В диссертационной работе также встречаются ссылки на труды без указания страниц, откуда взяты цитаты (ссылки 116, 158, 163, 166), в также цитаты без ссылок на источники (стр. 90, 91). В тексте замечен ряд ошибок, опечаток, стилистических погрешностей.

Однако высказанные замечания не умаляют достоинства диссертационной работы, которая является самостоятельным комплексным оригинальным исследованием одной из самых актуальных проблем в сфере медиа.

Основные положения диссертации полно представлены в 4 научных публикациях, одна из которых входит в базу RSCI Web of Science, три – в журналах, рекомендованных ВАК и входящих в Дополнительный список рецензируемых научных изданий, утвержденных решением Ученого совета Московского университета. Автореферат соответствует содержанию научного исследования.

Диссертация Сирануш Вардановны Шароян «Изучение предпочтений аудитории как фактор деятельности редакций онлайн-СМИ (на примере РБК)» полностью соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней в Московском университете имени М.В. Ломоносова (утвержденного Приказом ректора МГУ им М.В. Ломоносова от 27 октября 2016 года №1205), оформлена согласно пунктам №5, 6 Положения о диссертационном совете Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, а ее автор заслуживает присвоения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика (филологические науки).

Официальный оппонент

**Грабельников Александр Анатольевич**  
доктор исторических наук, профессор,  
профессор кафедры массовых коммуникаций  
филологического факультета  
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

21.06.2019

Контактные данные: Грабельников Александр Анатольевич  
Место работы: ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»,  
филологический факультет, кафедра массовых коммуникаций  
Адрес организации: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2  
Адрес официально страницы: <http://www.rudn.ru/>  
Телефон: +7 (495) 434-14-78  
E-mail: grab@mail.ru

Подпись профессора А.А. Грабельникова заверяю:

Ученый секретарь Ученого совета РУДН,

Профессор



В.М. Савчин