

Отзыв
официального оппонента доктора политических наук,
профессора Ачкасовой Веры Алексеевны
о диссертации Першиной Елены Дмитриевны на тему «Российские СМИ
в социальных сетях (2014–2018 гг.): характеристики материалов и
взаимодействие с аудиторией», представленной на соискание ученой
степени кандидата филологических наук по научной специальности
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Современные средства массовой информации находятся в состоянии перманентной трансформации, связанной с новой цифровой эпохой. Информационные технологии вносят изменения в деятельность массмедиа, вынуждая их адаптироваться к новым условиям. В результате развитие интернета привело к структурным, содержательным и графическим изменениям СМИ.

Именно поэтому тема диссертационного исследования, выбранная соискателем, привлекает сегодня особое внимание как исследователей, так и представителей бизнеса, – присутствие СМИ в социальных сетях требует ответа на вопросы: какими характеристиками обладают медийные материалы на этой платформе и как на формат таких публикаций реагирует аудитория.

Отвечая на эти вопросы, автор диссертации рассматривает основные тренды, которые определяют и будут определять в ближайшее время изменение представленности СМИ в социальных сетях. Драйверами этих трендов выступают четыре явления, сопровождающие развитие традиционных социальных сетей:

- мессенджеры;
- социальные сети с упором на мультимедийные элементы;
- новостные ленты на основе машинного обучения («дзены»);
- гиперлокальные социальные сети.

Автор анализирует роль этих четырех составляющих в рамках экосистемы средств массовой информации на конец 2010-х годов и делает ряд важных для развития массмедиа выводов, в частности, указывает, что

мессенджеры, социальные сети с упором на мультимедийные элементы и ленты на основе машинного обучения (дзены) имеют наибольший потенциал для распространения материалов СМИ.

Одно из важнейших достоинств данного исследования – конструирование целостной картины сетевого медиапространства, включающей в качестве базовых составляющих не только структурные элементы дизайна (сети, аккаунты и пр.), но и сам процесс формирования нового дизайна медиаполя.

Несомненно, сильной стороной работы является и обширная база результатов эмпирических исследований, которая позволяет аргументировано доказывать состоятельность выдвигаемых в диссертации положений – данные аналитических агентств и основных рыночных игроков (прежде всего, исследования компаний «Яндекс» и Mail.Ru Group); отчёты ассоциаций и регуляторов, представленных на медиарынке (например, АКАР); систем аналитики, в частности, от LiveInternet. Скрупулезная работа с этими и аналогичные данными помогла верифицировать целый ряд гипотез. Например, подтвердилось предположение о том, что социальные сети не идентичны в тех возможностях, которые они предоставляют СМИ, отсюда подходы к их использованию разными видами массмедиа существенно отличаются.

Е. Д. Першиной была разработана оригинальная методика, которая направлена на достижение цели данного исследования – выявление основных подходов крупнейших российских СМИ к работе со своими материалами в социальных сетях. Одним из результатов применения данной методики стало создание финального перечня групп СМИ для дальнейшего изучения стратегии их функционирования в социальных сетях.

Отметим, что подходы российских СМИ к работе с материалами в социальных сетях рассматриваются через призму таких индикаторов деятельности, как количество постов, время их публикации, тематика, эмоциональное и мультимедийное наполнение. При этом автором

аргументировано доказано, что отличия подходов к работе с материалами у СМИ определяются их видом и той социальной сетью, где публикуется новостной контент.

Особый интерес вызывает исследование темы эмодзи и эмотиконов – дополнительных эмоциональных отсылок, которыми порой сопровождаются тексты. Автор подходит к их анализу с точки зрения функционала, который они выполняют при воздействии на аудиторию. Так, соискатель установил, что в среднем больше лайков приходится на посты, где эмодзи используется для замены слова, в то время как пользователи в большей степени предпочитают репостить и комментировать те материалы СМИ, где эмодзи передают эмоции. При этом автором зафиксировано, что массовые СМИ чаще используют эмодзи и эмотиконы, чем общественно-политические медиа.

При всех отмеченных в отзыве достоинствах диссертация не лишена отдельных недочетов.

- «Масштабные количественные исследования публикаций СМИ в социальных сетях, – отмечает автор, – в отечественном академическом дискурсе все еще представлены минимально, что объясняется сложностью и высокой стоимостью обработки больших объёмов плохо структурированных данных» (с.4). Думается, что данное утверждение для третьего десятилетия нынешнего столетия звучит несколько прямолинейно, о чем свидетельствуют, в частности, серьезные наработки членов Национальной ассоциации массмедиа исследователей (НАММИ).

В то же время качественный анализ в ряде исследований находится далеко не на должном уровне. В этом отношении автор предпринимает шаги, способствующие выявлению именно качественных характеристик. Так, исследователем было выявлено, что чаще всего СМИ в социальных сетях публиковали информацию о происшествиях, затем уже шли такие темы, как политика, общество, культура и мода, а также экономика. Анализируя содержательную часть постов, диссертант устанавливает, что в среднем больше лайков приходилось на посты по темам юмор, культура и мода,

комментировали же пользователи в большей степени политику, военную тему и опросы, а репостили опросы и исторические темы. При этом предпочитали «лайкать» преимущественно позитивные новости, а комментировать - больше негативные. Хочется пожелать Е. Д. Першиной в дальнейшем сфокусировать внимание именно на этом ракурсе исследования.

Стоит обратить внимание еще на один момент. Автор, как уже отмечалось, в качестве индикаторов деятельности СМИ рассматривает количество постов, время их публикации, тематику, эмоциональное и мультимедийное наполнение, уровень вовлеченности. Безусловно, это важные параметры, ставшие на сегодняшний день общепринятыми. Тем не менее, целесообразно сфокусировать внимание на таком показателе, как лояльность аудитории, т.е. фактической «закрепленности» (приверженности) той или иной группы пользователей за определенным средством массовой информации. Изучение этого аспекта только начинает осуществляться, и результаты диссертационной работы могут послужить хорошим плацдармом для последующих исследований в рамках данного направления.

Наконец, следует указать на некоторый избыток графических элементов, иллюстрирующих положения диссертации. Часть из них без ущерба для содержания исследования можно было бы перенести в приложения.

Вместе с тем, высказанные замечания и пожелания не умаляют значимости диссертационного исследования. Можно констатировать, что к защите представлена зрелая, самостоятельная работа, выполненная на стыке нескольких научных областей – филологии, социологических и политических наук. Диссертация содержит новые научные результаты и положения, обоснованность и достоверность которых подтверждена применением релевантной методологической базы и всей логикой исследования.

Диссертация Елены Дмитриевны Першиной «Российские СМИ в социальных сетях (2014–2018 гг.): характеристики материалов и взаимодействие с аудиторией» отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова к

работам подобного рода. Содержание диссертации соответствует паспорту специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) и критериям, определенным пп. 2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова, а также оформлена, согласно требованиям Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Таким образом, **Елена Дмитриевна Першина** заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:
доктор политических наук, профессор

Ачкасова Вера Алексеевна
11.12.2023 г.

Контактные данные:
Рабочий телефон: +7 (812) 363-61-11 доб. 3422
Рабочий e-mail: v.a.achkasova@spbu.ru

Специальность, по которому оппонентом защищена диссертация:
23.00.02 – Политические институты, процессы и технологии.

Адрес места работы: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет», Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении, заведующий кафедрой.

Адрес: 199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, 7/9
(адрес подразделения: 199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26)

Подпись сотрудника Ачкасовой В.А. удостоверяю: