

**ОТЗЫВ официального оппонента
о диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук Канайловой Анны Олеговны
на тему «Функции и типология новых медиа в городской системе
создания и распространения новостного контента»
по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика**

Актуальность выбранной темы подтверждается как текущими изменениями в структуре российского медиаландшафта, так и в динамике научных публикаций по рассматриваемому вопросу. Тема «оригинальных новых медиа» в городском медиапространстве, как называет свой объект автор, развивается в русскоязычных исследованиях уже десять лет. За это время поменялись платформы, медиапотребление, характеристики аудитории, правовые условия, появились новые значимые акторы в пространстве социальных сетей, но вопросы, поднятые в работе, все так же релевантны: как правильно назвать медиафеномен «пабликов», какие характеристики можно считать сущностными, какое место они занимают в системе новостного производства, с каким эффектом конкурируют с традиционным журналистским производством, какое влияние оказывают на общую информационную повестку. Анна Олеговна успешно систематизировала имеющиеся к данному моменту подходы и предложила свой – рассматривать городские паблики в социальных сетях и мессенджерах с точки зрения системы новостного производства. Действительно, это только один из возможных подходов, но сделанный выбор позволил автору последовательно и убедительно провести читателя от постановки вопросов до ответа о том, что с точки зрения новостного производства городские паблики не вносят существенного вклада в формирование повестки, но являются инструментом ее фильтрации.

Каждое положение, вынесенное автором на защиту, представляет собой отдельную научную проблему. Первое – об отсутствии журналистского компонента в сущностных характеристиках новых медиа в формате городских пабликов – действительно требует детальной

аргументации. Автор подробно рассматривает не просто информационные поводы и темы постов, но также «препарирует» источники и пытается установить порядок обработки информации. Контент-анализ продемонстрировал, что паблики работают со вторичной информацией, а значит высказанное положение справедливо. Анна Олеговна выбирает путь отстраненного от контекста исследователя и ищет истину непосредственно в контенте как результирующем отражении анонимного труда по производству новостей, и находит то, что должна в данном случае найти. Но если погрузиться в контекст создания пабликов «Подслушано» и «Типичный» на платформе «ВКонтакте», то можно найти различные интервью с их создателем Андреем Горбачевым (ранее скрывавшимся под псевдонимом Владимир Огурцов), из которых становится понятно, что новостное производство по журналистским стандартам изначально не входило в задачи проекта. Более того, в недавнем выступлении на мероприятии «Медиазавтрак» (февраль, 2024) он объяснил редакционную стратегию сетки каналов – это попытка найти баланс в эмоциональных качелях аудитории, между криминалом и позитивными новостями. В этом заключается важная сущностная характеристика социальных сетей – в них распространяется не информация, а эмоции по поводу информации.

Второе положение, выносимое на защиту, предлагает тематическую классификацию пабликов. Здесь сложно не согласиться с автором, классификация представляет собой достаточно универсальную систему критериев, которая будет актуальна вне зависимости от трендов на платформе.

Третье положение указывает на роль пабликов, созданных традиционными СМИ, в деле формирования оригинальной информационной повестки. Эта констатация факта в журналистской практике оказывается настоящим камнем преткновения для журналистов и редакторов, поскольку редакции постоянно сталкиваются с воровством контента или «копипастом», который выделяет автор. Парадокс заключается в том, что, будучи

генераторами оригинальных поводов, СМИ часто оказываются в хвосте рейтинга по вовлеченности аудитории. Мало создать повод и отработать его по журналистским стандартам, важно внедрить эмоциональный триггер в контент.

Впрочем, суждения рецензента вызваны исключительно тем, что исследование Анны Олеговны порождает действительно важные вопросы не только для теории, но и для текущей медийной практики.

Достоверность и новизна полученных в работе результатов и выводов подкрепляется таблицами с результатами контент-анализа, подробно описанными исследовательскими процедурами и логичными выводами, основанными на тщательном рассмотрении эмпирического материала. Выбранный метод полностью соответствует паспорту защищаемой специальности и филологическим наукам. Объем проанализированного материала также достаточно для того, чтобы считать научный труд полным, законченным и соответствующим жанру кандидатской диссертации.

Научные выводы работы приглашают рецензента к продолжению дискуссии и формулированию вопросов для дальнейшего исследования предмета. «Группа оригинальных городских новых медиа в этой ситуации создает, по сути, только не имеющую единых и понятных правил отбора и редактирования (неинституционализированную) систему фильтрации, через которую проходит не ими собранная и представленная информация» (стр. 183), - резюмирует автор. Во-первых, вывод согласуется с большинством исследований, которые рассматривают функцию городских пабликов с точки зрения теории гейткипинга. Да, это новая система фильтрации, которую еще называют вторичным гейткипингом, которая выстраивает совершенно новую систему отбора и распространения новостей. Во-вторых, оригинальные городские новые медиа действительно признаны новым неинституциональным актором в медиасистеме, который имел большой удельный вес в начале 2020-х годов с точки зрения вовлечения аудитории и комментирования, но ситуация кардинально изменилась после 2022 года. В

последние три года на арену вышел новый актер, который в исследовании автора еще представлен как часть общей неинституциональной среды, а сегодня является ее лидером – это государственные паблики (губернаторов и правительств регионов). Наконец, отсутствие «единых и понятных» правил отбора и редактирования информации – с позиции автора, анализирующего журналистские стандарты работы – также очевидно из результатов контент-анализа. Но если применить к этим результатам технологию вирусного распространения контента и стандарты производства контента, основанные на выращивании охватов (для последующего извлечения коммерческой выгоды), то можно найти и паттерны, и даже политику в способе структурирования повестки.

Еще один вывод автора, от которого хочется оттолкнуться в рассуждениях, звучит так: «Это среда, которая при определенном стечении обстоятельств может порождать единичные заметные на локальном уровне новостные проекты, но пока что делать это в прецедентном, а не в системном порядке» (стр. 194). И все-таки городские паблики – это система, если учитывать структуру их собственности. Это потребует отдельного исследования, но паблики, уже принадлежащие самой площадке VK, либо сетки Telegram-каналов, публично не аффилированные с государственными СМИ или информационными департаментами, но принадлежащие им, все-таки являются частью системы. Безусловно, это среда не для порождения новостных проектов, а для порождения большого количества поводов для комментирования и дискуссий, которые автор целенаправленно исключил из своего поля зрения. И это, конечно, уже совсем другое исследование.

Структура работы подчинена цели и задачам, тезисы и выводы автора выстроены в соответствии с логикой и методикой исследования. Особо хочется отметить безукоризненную стилистику текста и оформление работы, что еще раз указывает на системность и ясность мышления автора.

К тексту работы не имеется даже формальных замечаний. Рецензент формулирует только вопросы и предложения для развития данного исследовательского проекта.

1. Представляется, что экспертные интервью, предварившие контент-анализ, могли бы стать существенным украшением работы в формате приложения.
2. Интересно погрузиться в отдельное доказательство тезиса о том, что «нередко количество функционирующих на конкретной территории новых медиа с новостным контентом уже превышает количество официально зарегистрированных СМИ» (стр. 5), поскольку исследователи до сих пор не составили подобную карту или реестр.
3. Интересно развить дискуссию по теме платформенных возможностей и ограничений. Автор заявляет, что «технические особенности платформ не оказывают решающего влияния на формат работы самих медиа» (стр. 77), в то время как часть ученых посвятила свои работы поиску этого влияния.
4. Сегодняшний контекст развития медиа и технологии искусственного интеллекта может побудить Анну Олеговну продолжить анализ не только созданного человеком контента, но и сгенерированного, то есть синтетического.

Вместе с тем, указанные замечания не умаляют значимости диссертационного исследования. Диссертация отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В.Ломоносова к работам подобного рода. Содержание диссертации соответствует специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (по филологическим наукам), а также критериям, определенным пп. 2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В.Ломоносова. Диссертационное исследование оформлено согласно требованиям Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание

ученой степени доктора наук Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова.

Таким образом, соискатель Канайлова Анна Олеговна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:
доктор политических наук,
заведующий кафедрой цифровых медиакоммуникаций
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
Нигматуллина Камилла Ренатовна

09.12.2025

Контактные данные:
тел.: 7(921)3185696, e-mail: k.nigmatulina@spbu.ru
Специальность, по которой официальным оппонентом
защищена диссертация: 10.01.10 – Журналистика

Адрес места работы:
199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 7/9
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», Институт
«Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», кафедра цифровых
медиакоммуникаций
Тел.: +7 (812) 363 6111 (доб. 3455); e-mail: spbu@spbu.ru

Подпись сотрудника заведующего кафедрой цифровых медиакоммуникаций
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета
К.Р. Нигматуллиной удостоверяю:

Н. Нигматуллина
Кафедра цифровых медиакоммуникаций