**Отзыв рецензента**

**на магистерскую диссертацию**

**магистранта 2 курса очной формы обучения направления Журналистика, профиля «Деловая журналистика и бизнес-коммуникации»**

**САЖИНОЙ Екатерины Сергеевны**

**Новостной контент в деловых онлайн СМИ**

**Научный руководитель ˗˗ Нигматуллина Камилла Ренатовна, кандидат политических наук, доцент**

Магистерская диссертация Сажиной Екатерины Сергеевны представляет собой научное исследование специфики новостного контента в деловых онлайн СМИ.

Актуальность данного исследования объясняется переходом новостного контента в онлайн, в том числе в деловых онлайн СМИ. Все мы являемся свидетелями того, как переход деловых СМИ в Интернет влияет на размытие границ деловых изданий: помимо новостей бизнеса, экономики и финансов, в деловых изданиях также встречаются нехарактерные тематики (политика, культура, спорт). Кроме того, невозможно недооценить влияние социальных сетей на распространение и генерацию новостей деловой тематики.

Современность подобного рода исследования состоит в попытке рассмотреть, какими особенностями обладают новости в современных деловых онлайн СМИ с точки зрения содержания и формата, выяснить, какую долю занимают текстовое содержание и мультимедийные элементы в новостном контенте, определить, как и по какой причине в деловых онлайн СМИ происходит размывание границ деловой тематики.

Данное исследование интересно не только теоретикам, но и журналистам-практикам, поскольку полученные результаты могут использоваться журналистами в практической деятельности, как руководство по написанию новостей и использованию мультимедийных элементов, что привлекает внимание читателей к СМИ. Именно поэтому подобные научные исследования представляют теоретический интерес и практическую значимость.

В ходе выполнения работы в первой главе автор представил развернутый и обобщенный анализ основных для исследования понятий «новость» и «новостная журналистика», определил особенности новостей в онлайне и предоставил возможные классификации новостных жанров. Во второй главе автор рассматривает такое явление как конвергенция, особенности новостного контента в Интернете, дает краткий экскурс в историю появления деловых СМИ в Интернете, в том числе приводит примеры использования мультимедийных и интерактивных элементов на сайтах деловых СМИ. Третья глава содержит анализ изданий «Ведомости» и «Коммерсантъ», в результате которого составлен список основных тем, на которые писали издания в 2017 году, а также выдвинута гипотеза, согласно которой деловые СМИ наиболее активны в периоды кризиса или нестабильной экономической ситуации. Кроме того, в главе отмечено, что тема принятия федерального бюджета является ключевой для деловых СМИ, и проведен контент-анализ особенностей освещения экономического кризиса интернет-порталом rbc.ru. Интересным разделом с точки зрения методологии является второй параграф третьей главы, в котором проведены экспертные интервью с действующими журналистами и даны краткие выводы по устройству производства новостей в деловых онлайн СМИ «Коммерсантъ», «Ведомости» и «РБК».

Научное исследование выполнено на высоком уровне. Недочеты не обнаружены, хотя можно было подробнее рассмотреть деловые СМИ России, в качестве объекта исследования были использованы ключевые деловые онлайн СМИ — «Коммерсантъ», «Ведомости», «РБК». Считаю, что автор проделал большую и обстоятельную работу. К достоинствам работы можно отнести:

* осмысленный научно-исследовательский подход к теме;
* собраны воедино литературные источники, по исследованию новости как жанра;
* проведена систематизация типологических признаков новостей и классификация новостных жанров; подробно рассмотрена структура новостей в Интернете;
* исследован переход деловых СМИ в онлайн-среду и особенности новостного контента в Интернете; раскрыт процесс конвергенции в редакциях СМИ;
* рассмотрено влияние социальных сетей на распространение и форму новостей;
* проанализированы мультимедийные элементы доступные в Интернете и выделены новые мультимедийные инструменты, используемые в деловых онлайн СМИ;
* проанализированы группы деловых онлайн-изданий в социальных сетях, а также рассмотрены особенности присутствия деловых СМИ в Telegram;
* выделены основные темы, на которые писали ключевые деловые онлайн СМИ в 2017 году, проанализирована активность деловых СМИ в период с 2014 по 2017 годы, и исследованы материалы с единицей анализа «кризис» в 2016 году;
* проведены интервью с действующими журналистами, что дает представление о производстве новостей в современных редакциях.

В представленной работе чувствуется серьёзность и научность подхода. Считаю, что магистерская диссертация выполнена на высоком уровне и заслуживает высшей положительной оценки ГАК.

Рецензент:

Петрова Эльнара Игоревна

генеральный директор «Агентства экспертного маркетинга NextMedia»