**Рецензия**

**на выпускную квалификационную работу**

**студентки Института «Высшая школа журналистики**

**и массовых коммуникаций» СПбГУ**

**очной формы обучения бакалавриата по направлению «Журналистика»**

**НОВОКРЕЩЁНОВОЙ Ольги Валерьевны**

**«Специфика репрезентации новостного контента в Telegram-каналах»**

Какой будет журналистика в XXI веке? И сохранится ли она вообще? Эти вопросы уже не один год порождают оживлённые дискуссии в академическом и профессиональном сообществе. И надо сказать, что возникают они не просто «из любви к искусству» - экспансия новых технологий, победоносное шествие интернета и бурное развитие социальных сетей повсеместно меняют привычный медийный ландшафт. Новые интернет-форматы вынуждают редакции реагировать на вызов эпохи – осваивать современные методы работы и подстраиваться под новые запросы аудитории. Наиболее же революционное воздействие на журналистику, судя по всему, оказывают и будут оказывать мессенджеры, в первую очередь – Telegram. В этой связи актуальность работы Ольги Валерьевны Новокрещёновой сложно переоценить.

 Исследование студентки обладает несомненной научной новизной – впервые в российской науке о СМИ была предпринята попытка – и весьма успешная! – изучить основные способы продвижения новостного контента в мессенджерах на рынке русскоязычных новостных изданий. Задача автора осложнялась тем обстоятельством, что Telegram появился сравнительно недавно и по этой причине практически не становился объектом научного анализа. Однако, несмотря на дефицит специальной литературы по данному мессенджеру, Ольга Валерьевна провела исследование на высочайшем уровне, что не может не вызывать уважение. Её выводы убедительны, логичны, обоснованы и подкреплены ссылками на ведущих российских и зарубежных специалистов по новостной журналистике, интернет-СМИ и социальным сетям.

Как справедливо отмечает автор, ключевая особенность Telegram состоит в возможности устанавливать непосредственную связь между изданием и читателем с помощью личного чата. Это создаёт иллюзию, что журналисты ведут диалог с конкретным человеком и подбирают материалы специально для него. Перед СМИ такой формат открывает дополнительные возможности для завоевания и удержания новой аудитории. Кроме того, в своём Telegram-канале редакции могут в режиме онлайн отслеживать реакцию читателей на свои публикации и в зависимости от неё менять стратегию создания и продвижения контента.

В своей работе Ольга Валерьевна методично, скрупулёзно и в то же время увлечённо исследует, каким образом такие разные редакции, как «Медуза», «РИА-Новости» и «Mash», продвигают свои новостные материалы при помощи мессенджера. Автор выделяет три модели поведения. Первая: редакция использует Telegram-канал, чтобы аудитория по ссылкам переходила на её основной сайт. Вторая: издание рассматривает мессенджер как дополнительную, но не главную платформу по распространению своего контента («Медуза» и «РИА-Новости»). Наконец, третья стратегия: СМИ использует Telegram-канал как главную площадку для публикации своих материалов и готовит их с учётом всего спектра возможностей, предоставляемых сервисом («Mash»). Анализу стратегий взаимодействия трёх популярных новостных СМИ и мессенджера посвящена вторая глава работы, которая мне показалась наиболее интересной и содержательной.

В целом, исследование Ольги Валерьевны обладает целым рядом неоспоримых достоинств. Начнём с того, что работа хорошо структурирована – вторая глава плавно вытекает из первой, а экскурс в общую теорию новостной журналистики удачно сочетается с выявлением её актуальных тенденций, связанных с технологическим прогрессом. Далее. Заметен большой объём работы, проделанный автором при подготовке ВКР. В частности, два экспертных интервью, приведённых в приложении, явно повышают планку дипломного сочинения. Наконец, производит благоприятное впечатление детальный разбор особенностей медиакоммуникации в мессенджере и методов продвижения СМИ в Telegram.

Впрочем, исследование не свободно и от ряда небольших недочётов, на которых необходимо остановиться чуть подробнее.

Во-первых, во второй главе мне не хватило примеров конкретных публикаций, которые размещали СМИ в мессенджере. Например, в параграфе 2.2, посвящённом роли Telegram-каналов в формировании информационной картины дня, можно было подробнее рассказать о том, как на этой площадке освещались ключевые новостные сюжеты 2017-2018 годов – например, президентские выборы, Олимпийские игры в Корее, отравление Скрипаля, война в Сирии и так далее. Да, объём ВКР в таком случае неизбежно бы увеличился, но это избавило бы работу от некоторой схематичности и придало бы ей больше наглядности.

Во-вторых, исследование выглядело бы ещё глубже и убедительнее, если бы наряду с многочисленными достоинствами Telegram автор привела бы и мнение критиков. Далеко не все эксперты с восторгом отзываются о тех переменах, которые мессенджеры и соцсети несут журналистике. В частности, многие специалисты опасаются «диктатуры платформы», поскольку новые интернет-площадки получают потенциальную возможность управлять информационными потоками, а значит, и влиять на массовое сознание.

В-третьих, в работе иногда встречаются пунктуационные ошибки - автор периодически забывает открывать и/или закрывать причастные и деепричастные обороты.

Тем не менее, указанные недочёты ни в коей мере не снижают общий высокий уровень проделанной исследовательской работы и носят рекомендательный характер.

В заключение можно следует сказать, что выпускная квалификационная работа О. В. Новокрещёновой является завершенным исследованием, обладает практической ценностью и отвечает всем необходимым требованиям. Это позволяет рекомендовать государственной аттестационной комиссии дать ей высокую положительную оценку.

 М. В. Тюркин,

 ст. преподаватель,

 кафедра международной журналистики