

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по научной работе
и информатизации
Воронежского государственного университета,

В.Н. Попов

2017 г.



ОТЗЫВ

ведущей организации федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Воронежский государственный университет» на диссертацию Пашаевой Яны Фармановны «Ежедневные городские газеты США в условиях конкуренции», представленную на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Тема диссертационного исследования представляется **актуальной**. Проблематика, связанная с различными качествами медиаконтента, остается важнейшей в условиях конкуренции, как в бумажные, так и в цифровые времена. Автор исследует географические медиарынки США, на которых представлено больше одной газеты, причем, как отмечает исследователь, количество таких рынков в Америке сокращается. Я.Ф. Пашаева поясняет, что на отечественных географических рынках, несмотря на их принципиальную разницу по сравнению с американскими, происходят во многом схожие процессы. В связи с чем **степень актуализации работы в практическом смысле** повышается. Автор с сожалением отмечает, что и в мире в целом таких городов, где сохранялась бы конкуренция между ежедневными периодическими изданиями, становится все меньше. Я.Ф. Пашаева подчеркивает: в США и Европе количество, так называемых, «вторых» газет на географическом рынке постоянно сокращается.

Обозначив **целью работы** определение отличия и сходства контента «первых» и «вторых» ежедневных газет США в тех городах, где еще сохранилась конкуренция в прессе, исследователь поставил перед собой **задачи** изучения результатов и теоретических выводов предшествующих исследований положительных и отрицательных сторон монополии и конкуренции на рынке региональных газет; проведение контент-анализа «первых» и «вторых» газет в каждом городе, по результатам которого бы определились многочисленные качества контента СМИ, а также

прояснилось, часто ли издания освещают одинаковые проблемы и события и как развивают общие темы.

Сопоставив и обобщив данные, полученные в результате исследования прессы на разных географических рынках, автор диссертационной работы на их основе поставил задачу выявить общие характеристики, свойственные отдельно «первой» газете и «второй».

Научная новизна исследования определяется тем, что в нем изучаются сразу все аспекты содержания газет (тематика, источники, география публикаций, их жанры), что позволяет составить максимально точную и всестороннюю картину структуры и качеств контента конкурирующих на одном географическом рынке изданий. Кроме того, в исследовании сопоставляются полученные данные по «первой» и «второй» газетам в пределах одного географического рынка и сравниваются результаты анализа трех рынков между собой.

Рабочая гипотеза автора исследования предполагает: в крупных городах США, где еще сохранилась конкуренция между ежедневными газетами, «первые» и «вторые» издания существенно отличаются по содержанию. Они могут представлять собой газеты разные и по типу, и по своим политическим воззрениям. Они также могут освещать совершенно разные темы, при этом равнозначные для аудитории. Что означает: в крупных городах достаточно инфоповодов, чтобы конкурирующие газеты не повторялись. В итоге, «первые» и «вторые» издания дополняют друг друга, и их наличие на одном рынке способствует обеспечению широкого информационного забора и инфоплюрализма, в том числе его интерактивной составляющей.

Эта гипотеза в работе **подтверждена**.

В положениях, выдвигаемых на защиту, автор доносит следующие идеи: отношение ученых к монополии на газетном рынке менялось от положительного к негативному по мере того, как число городов с двумя ежедневными изданиями сокращалось. Содержание «первых» и «вторых» газет в трех исследуемых городах сильно отличается как тематически, так и идеологически. Тем не менее, все газеты активнее пишут о местных событиях, чем о национальных, и чаще создают контент сами, чем перепечатывают его из других СМИ. При этом соотношение местных новостей к

публикациям о стране, так же, как и соотношение редакционного контента к заимствованному, различается в «первых» и «вторых» изданиях.

В «первых» и «вторых» газетах обнаружилось больше различных тем, чем схожих. Издания пишут о разных региональных и городских событиях, темы публикаций очень редко пересекаются. Эксклюзивы во «вторых» газетах не уступают «первым» по значимости для аудитории. Если освещаемые темы в газетах совпадают, то издания по-разному их раскрывают. Также не совпадают и жанры публикаций на общие темы. То есть конкурирующие газеты пытаются отличаться эксклюзивным контентом, поиском новых поворотов общих тем, и в то же время они дополняют друг друга и позволяют общественности получить как можно больше информации о местных событиях.

Лидирующие издания в целом все же выпускают больше новостей и чаще освещают серьезные темы в сравнении с отстающими по тиражу изданиями. «Вторые» газеты посвящают больше публикаций региональным и городским событиям, чем «первые». Но в «первых» изданиях выходит больше эксклюзивов на общественно важные местные темы, чем во вторых. Также в лидирующих газетах выпускается больше аналитических материалов, чем у их конкурентов.

Доказательство гипотезы исследования построено на подробном анализе **представительной эмпирической базы**. Я.Ф. Пашаева с помощью контент-анализа исследовала материалы печатных версий газет «Чикаго Трибьюн» (Chicago Tribune), «Чикаго Сан-Таймс» (Chicago Sun-Times), «Бостон Глоуб» (Boston Globe) и «Бостон Геральд» (Boston Herald), «Лос-Анджелес Таймс» (Los Angeles Times) и «Лос-Анджелес Дэйли Ньюс» (Los Angeles Daily News).

За каждой из шести газет исследователь наблюдала на протяжении одной рабочей недели. В случае с Чикаго речь идет о периоде с 17 по 21 августа 2015 года. Для изданий Бостона был выбран временной промежуток с 12 по 16 января 2015 года, а для Лос-Анджелеса – с 12 по 16 октября 2015 года. Общий объем проанализированных публикаций составил 2487.

Такого объема эмпирического материала **достаточно** для обоснований диссертационных положений.

Научно-практическая значимость исследования: исследователь предпринимает первый контент-анализ городских газет США в российской науке, который позволяет судить об основных содержательных характеристиках «первых» и «вторых» американских газет. Выводы, сделанные в ходе исследования, могут быть использованы в учебных программах, курсах и семинарах по американской журналистике и городской прессе. Полученные результаты могут быть также применены в дальнейших, более комплексных научных исследованиях, среди которых могут быть такие, как сопоставление редакционной политики городских и общенациональных газет США, сравнение содержательной модели городской прессы США и других стран (например, России), трансформация контента газет США и др. Положения о том, что общего в содержании конкурирующих на одном рынке изданий и, наоборот, чем они отличаются, будут полезны для журналистов и руководителей медийного бизнеса, так как они могут помочь в выстраивании более эффективной модели содержания. Результаты исследования могут быть также интересны бизнесу и властям для определения того, нужно ли поддерживать конкуренцию среди городских газет.

Содержание диссертации Я.Ф. Пашаевой **соответствует паспорту специальности** 10.01.10 – Журналистика.

Автореферат диссертации отражает содержание диссертации. Промежуточные результаты исследования были апробированы в рамках научных конференций, а также опубликованы в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Структура диссертационного исследования выстроена логично и позволяет последовательно решать задачи теоретического и методологического характера. Диссертация, общим объемом 191 страница состоит из введения, пяти глав, заключения, списка использованной литературы (151 позиция на русском и английском языках) и приложения, состоящего из трех таблиц.

Во введении к диссертации сформулирована научная гипотеза исследования, указаны цели и задачи работы, исчерпывающе описаны теоретическая и эмпирическая базы исследования.

В первой главе рассматриваются и обобщаются взгляды на конкуренцию и

монополию на рынке городской прессы, оценки того, как состояние соперничества отражается на качестве контента.

Во второй, третьей и четвертой главах приводятся результаты контент-анализа «первой» и «второй» газет города. Вторая глава посвящена изучению содержательных характеристик периодической печати Чикаго, третья – Бостона, четвертая – Лос-Анджелеса. В этих главах раскрываются разные аспекты содержания: темы публикаций, их география, источники, жанровые особенности.

В **пятой главе** обобщаются данные, полученные в результате анализа содержания 6 периодических изданий, и определяются общие черты как лидирующих городских американских газет, так и «вторых» по тиражам изданий.

В **заключении** подведены общие итоги исследования, также здесь даются рекомендации по применению полученных данных на практике и в ходе дальнейших исследований.

Таким образом, положения, выносимые на защиту и обозначенные автором работы во введении, нашли развернутое и доказательное подтверждение в тексте диссертации, автореферате и научных публикациях автора.

Однако необходимо обратить внимание и на определенные недостатки данного исследования.

В работе автор сознательно связывает проблему конкуренции только с контентом издания, оставляя за скобками весь комплекс типолого-маркетинговых характеристик изданий-конкурентов и их анализ. Одна из решаемых автором задач: определить, как состояние соперничества отражается на качестве контента. Но ведь эта формула имеет продолжение: как состояние соперничества отражается на качествах контента, а качества контента – на состоянии соперничества. В качестве бэкграунда работы, расширяющей и углубляющей ее смысл, могли бы проявиться следующие цели: какова роль контента в системе конкурентных признаков, какие качества контента в итоге обеспечивают конкурентные преимущества изданий. Такого бэкграунда в работе не обнаруживается, как и имен исследователей, занимающихся этой проблемой, прежде всего, имени В.Л. Иваницкого.

Вышеприведенные замечания не снижают научной ценности диссертации и имеют скорее рекомендательный характер, указывая на перспективные пути дальнейшего углубления и расширения анализа интересующей автора проблематики.

Диссертационное исследование Я.Ф. Пашаевой может быть охарактеризовано как научно-квалифицированная, актуальная, интересная, обладающая несомненной научной новизной работа, в которой содержится решение задач, имеющих важное значение для понимания дальнейшего пути развития периодических изданий газетного типа и получения новых знаний о газетной отрасли. Результаты и выводы исследования логично обоснованы, доказаны, достоверны и документально подтверждены.

Диссертация в полной мере отвечает требованиям, предъявляемым ВАК РФ к исследованиям подобного типа, то есть соответствует п. 9-14 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Отзыв составлен Тулуповым В.В., доктором филологических наук, профессором, обсужден и утвержден на заседании кафедры теории и практики журналистики ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» 23 мая 2017 г. (протокол № 5).

Заведующий кафедрой теории и практики журналистики
факультета журналистики

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
университет», кандидат филологических наук,

доцент



Ю.А. Гордеев

394068, Россия, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40-а,

Тел.: 8(473)266-17-50, e-mail:

