

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций  
Факультет журналистики

## РЕЦЕНЗИЯ

На магистерскую диссертацию

**Гутенко Полина Евгеньевна**  
(фамилия, имя, отчество)

**Рецензент:** к.э.н. доцент Варданян И.С.

**Тема:** **Монетизация контента в сетевой журналистике: международный опыт**

### **Актуальность темы:**

На первых порах развития Глобальной сети, основной категорией заказных интернет-проектов были проекты информационно развлекательные, рекламно-имиджевые.

После того как слухи о заработанных кем-то миллионах «в Интернетах» были массово растиражированы СМИ, заказчики стали также массово желать, чтобы их интернет-проекты приносили конкретный доход непосредственно фактом своего существования, не очень понимая, что конкретно и как они собираются монетизировать.

Прежде всего, заблуждение касается самого популярного ныне термина – монетизация. «Википедия» дает нам следующее определение:

«Монетизация – это способ получения дохода от каких-либо проектов и сайтов, прямо не предназначенных для извлечения прибыли».

Таким образом, монетизация – это не единственный способ заработка денег в Интернете. Доход интернет-магазина или компании, которая занимается разработками программ для глобальной Сети, монетизацией не является.

Для разработки или использования механизмов монетизации (получения дохода от информационных ресурсов) надо понимать, что конкретно планируется в них монетизировать. Монетизировать же можно либо аудиторию, либо контент.

В связи с вышеизложенным тема магистерского исследования интересна и актуальна. В диссертации автором использованы теоретические и методологические положения монетизация контента в сетевой журналистике, труды российских и зарубежных ученых.

#### **Наиболее существенные выводы и рекомендации:**

- 1) Теоретически обоснованы и определены элементы монетизации контента в сетевой журналистике.
- 2) Рассмотрена система классификаций бизнес-моделей.
- 3) Предложено рассмотреть «монетизацию» определенных видов трафика.
- 4) При рассмотрении понятия «монетизация стартапа», было выявлено, что предложенные автором советы по налаживанию отношений с бизнес-партнёрами, делегированию задач и выстраиванию хорошей репутации – это тактические шаги в общей стратегии создания успешной и приносящей доход компании, а не «монетизация» в традиционном понимании данного термина
- 5) Опровергнут тезис о том, что социальные сети можно монетизировать по аналогии с утверждением – «монетизация представляет собой любой способ извлечения денег из человеческой деятельности». Было доказано, что в данном случае (применительно

к социальным сетям) для получения дохода были использованы бизнес-модели.

- б) Проведен анализ эффективных способов ведения бизнеса, направленных на максимизацию дохода на примере бизнес-моделей ведущих сетевых СМИ США.

**Практическая ценность разработанных вопросов** магистерской работы заключается в возможности их использования не только корпорацией The New York Times, но и другими компаниями, которые осуществляют аналогичную деятельность.

**Наличие недостатков:**

В работе отсутствует сравнительный анализ российских и зарубежных бизнес-моделей, применяемых сетевыми изданиями, а акцентируется внимание только на зарубежный опыт.

**Общий вывод:**

Отмеченное критическое замечание не касается концептуального аспекта рецензируемого исследования, которое представляет собой самостоятельную законченную научную работу на актуальную тему.

Магистерское исследование содержит научно обоснованное и практически апробированное решение актуальной задачи, имеющей существенное значение для современной системы управления.

Работа соответствует требованиям, предъявляемым к магистерским диссертациям и оценивается на отлично.

Рецензент

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

массовых коммуникации СПбГУ

Варданян Ирина Самвеловна

(должность, место работы, фамилия, имя, отчество)

15.05.2014

Подпись

