

Отзыв  
официального оппонента Симаковой Светланы Ивановны  
о диссертации Хворовой Валерии Анатольевны  
«Медиапотребление современной молодёжной аудитории: проблема  
формирования ценностных ориентиров», представленной на соискание  
ученой степени кандидата филологических наук по специальности  
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Современная молодежь, с рождения вращающаяся в цифровой среде, принципиально отличается от своих предшественников. Этому поколению, наряду с клиповым мышлением, свойственны существование в условиях многозадачности и предпочтение в получении информации через интерактивность и визуальность. Данные особенности влияют на специфику медиапотребления современной молодёжной аудиторией. Сегодня ученые активно обсуждают вопросы, связанные с обозначенной проблемой. Темы медиапотребления и медиапоколений приобретают все большую актуальность и значимость. Устойчивым становится концепт «цифровая молодежь». Именно исследованию этой категории медиапоколений посвящена рецензируемая нами диссертация. Представители молодого поколения оказываются в ситуации формирования личности и ценностных ориентиров под воздействием окружающего медиaprостранства. В связи с этим понимание принципов и подходов взаимодействия молодежи и медиа, анализ этого взаимодействия требуют серьезного научного осмысления. Это определяет *актуальность и своевременность* диссертационного исследования Валерии Анатольевны Хворовой «Медиапотребление современной молодёжной аудитории: проблема формирования ценностных ориентиров».

Автор диссертации отмечает, что молодые медиапотребители и современная информационная среда взаимно влияют друг на друга: медиапотребности формируют медиaprостранство, с одной стороны, медиaprостранство влияет на формирование личности потребителя информации, с другой. «Цифровая молодежь» – это не только потребители медиа, но и самостоятельные медиапроизводители. Поэтому соискатель отмечает, что «ценность исследования медиапотребительских практик молодёжи для журналистики заключается в возможности эффективного медиаобразования молодого поколения» (с. 3 диссертации). Отмечая междисциплинарность в изучении процессов медиапотребления, диссертант, опираясь на предыдущие исследования в области культурологии, педагогики, социологии, предпринимает попытку сформировать парадигму исследования современного процесса трансляции ценностных ориентиров молодежи, используя систему групп ценностей молодежи в контексте практик медиапотребления. Таким образом, *теоретическая и практическая значимость* выполненного исследования заключается в определении особенностей медиапотребительских практик цифровой молодежи,

в демонстрации представления о ее нравственных ценностях. Данные знания, безусловно, позволят практикующим журналистам создавать качественный контент, ориентированный на молодежную аудиторию.

Рассматривая вопрос изученности темы исследования, В. А. Хворова дополняет существующую классификацию медиапоколений, в частности, для группы «цифровая молодёжь» предлагает дифференциацию поколений Y и Z. Представленное к защите исследование посвящено изучению особенностей медиапотребления двух поколений молодёжи: миллениалов и центениалов.

Исследование базируется на собранном в процессе научной работы обширном круге источников, что свидетельствует о хорошем знании степени разработанности проблемы, а также демонстрирует высокую степень теоретико-методологической подготовленности автора. В процессе написания диссертации В. А. Хворова обращается к научным трудам ведущих отечественных и зарубежных ученых, статьям в научных периодических изданиях, посвященным вопросам теории медиапотребления, аксиологии, медиаобразования, медиапсихологии и т. п. Библиографический список включает 198 наименований (без источников), в том числе диссертации и авторефераты; монографии и научные статьи; словари и справочники; интернет-ресурсы.

Предложенное диссертационное исследование посвящено анализу медиапотребления современной молодежной аудитории на примере средств массовой информации через формирование ценностных ориентиров – в современных условиях это важная и своевременная исследовательская задача.

Другим, очень важным для науки направлением, решение которого предлагается в диссертации В. А. Хворовой, является формирование теоретической базы медиаисследований: уточнены понятия «медиапотребление» и «теория поколений»; введено в научный оборот понятие «ценностная парадигма медиапотребления молодежи», обоснованы ее особенности для представителей двух поколений молодежи; разработана концепция медийных инструментов формирования ценностных ориентиров молодежи, доказывающая эффективность интерактивного соавторства, мультимедийности и игрового взаимодействия трансляции медиаконтента; группы ценностей систематизированы в контексте практик медиапотребления. Все это подтверждает *новизну* выполненного исследования.

Диссертантом проведено качественное трехэтапное исследование, о чем свидетельствует эмпирическая база, которая позволила в полном объеме раскрыть объект и предмет представленной диссертации.

Достигнута *цель работы* – на основе качественного анализа результатов трёхэтапного исследования определены особенности медиапотребления цифровой молодёжи как фактора формирования ценностных ориентиров молодежной аудитории, сформулирована и обоснована ценностная парадигма медиапотребления для представителей миллениалов и центениалов. Успешно решены задачи по выявлению



ключевых характеристик медиапотребления цифровой молодёжи. Качественно проведён сравнительный анализ особенностей медиапотребления двух поколений молодёжи. Группы ценностей молодежи классифицированы в контексте практик медиапотребления. Особо стоит отметить разработку концепции медийных инструментов.

Реализация поставленных задач позволила соискателю сформулировать *положения*, выносимые на защиту (с. 12–13 диссертации). Отдельно мы хотели бы выделить четвертое положение: «Наиболее продуктивными для трансляции ценностных ориентиров молодежной аудитории являются следующие медийные инструменты: мультиформатность трансляции информации и имеющегося социального опыта, собственное проживание социального опыта путем интерактивного участия или соучастия (мультимедийного соавторства) в создании медиаконтента и игореализация, благодаря которой молодежь копирует/подражает эффективным примерам продвижения и самопрезентации» (с. 13 диссертации).

*Объективность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций*, сформулированных в диссертации В. А. Хворовой, обеспечивается достаточно глубоким анализом актуальных теоретических трудов отечественных и зарубежных авторов, изучением материалов, отражающих результаты исследований по теме медиапотребления как феномена современной коммуникации, медиаграмотности; применением проверенных научных методов для анализа объемной эмпирической базы.

Работа носит междисциплинарный характер. Это определяет ее прикладное значение – возможность использования результатов в медиаисследованиях применительно к различным сферам гуманитарной науки: филологии, философии, психологии, социологии и культурологии.

Формализованная часть диссертации в целом представляется весьма содержательной, смыслоемкой, отражающей, во-первых, заявленную логику исследования, во-вторых, авторскую позицию и научный вклад соискателя в осмысление поставленной проблемы – выявление особенностей медиапотребления цифровой молодежи как фактора формирования ценностных ориентиров соответствующей аудитории; определение специфики средств массовой коммуникации (рассмотрены СМИ и блоги) в формировании автора и читателя.

Диссертационная работа логично выстроена, автор последователен в своих выводах.

*В первой главе «Медиапотребление: понятие и основные направления исследований»*, содержащей два параграфа, рассмотрены различные подходы к определению понятия «медиапотребление», сформулирован термин «медиапотребитель» и приведены его основные характеристики. Следует отметить, что понятие «медиапотребление» рассмотрено не только в его современном состоянии. Ретроспективный взгляд автора на данное понятие позволяет проследить динамику развития медиапотребления, положительно сказывается на научности исследования. Автору удалось доказать, что медиапотребление в крупных городах и в малых населенных пунктах очень

сильно различается, разным является и уровень проникновения Интернета, проявляется цифровой разрыв на разных уровнях. Поэтому региональное исследование ценностных ориентиров молодежи имеет особую значимость.

*Вторая глава* (четыре параграфа) «Особенности медиапотребления цифровой молодежи» посвящена выявлению ключевых характеристик медиапотребления цифровой молодежи. Диссертант обращает внимание на проблему определения возрастных границ молодежи в связи с существующими противоречиями в этом вопросе между западными и отечественными подходами к теории поколений. На основе качественного анализа публикаций из СМИ, ориентированных на молодежную аудиторию, автором выявлены такие свойства медиатекстов, как диалогичность и адресность. Проведенное авторское исследование позволило диссертанту аргументированно доказать существенные различия в медиапотреблении миллениалов и центениалов.

*В третьей главе* (четыре параграфа) «Ценностная парадигма как базовый фактор медиапотребления молодежной аудитории» проведен анализ концепций А. Н. Бражниковой, Е. В. Динейкиной, Л. Г. Свитич, Ш. Шварца. На основе данного анализа диссертант классифицирует группы ценностей в контексте практик медиапотребления. В этой главе представлены результаты эмпирического исследования, которые позволили В. А. Хворовой аргументировать существование для миллениалов и центениалов двух различных векторов становления ценностей, которые опираются на ключевые ценностные парадигмы – духовную и материалистическую. Автор диссертационного исследования убедительно показывает, что «медиа влияют на ценностное мировоззрение молодёжи, определяя в конечном итоге духовный или материальный вектор формирования ценностей. Основными медийными инструментами, которые используют медиа для формирования тех или иных ценностей, являются игрореализация, которая повышает смысловую доступность контента; мультиформатность, которая соответствует типу мышления нового поколения; интерактивное соавторство, обеспечивающее максимальное сближение с целевой аудиторией» (С. 129 диссертации).

Особо следует отметить, что автором отражены результаты создания на основе полученных теоретических и эмпирических данных медиаресурсов, в которых актуализированы медийные инструменты формирования ценностных ориентиров молодежи: интерактивное соавторство, мультиформатность и игрореализация в трансляции медиаконтента. Это подтверждает практическую значимость исследования.

*В Заключении* диссертации подводятся итоги исследования. Диссертант констатирует факт реализации цели исследования, обоснованности положений, выносимых на защиту; подчеркивает теоретическую и практическую значимость выполненного исследования. На этом этапе В. А. Хворова обобщила полученные в ходе исследования выводы и отметила, что центениалы в своём медиапотреблении близки к духовной ценностной парадигме, а парадоксальность миллениалов не позволяет



однозначно определить принадлежность этого поколения к определённой ценностной парадигме, что оставляет место для новых исследований данной проблемы – в этом заключаются перспективы дальнейшей разработки темы.

В целом, следует отметить, что представленная работа является авторской, новаторской, решающей важные научные задачи.

Научные результаты, полученные В. А. Хворовой, методологически обоснованы и аргументированы, подкреплены большим объемом корректно используемых в тексте источников.

Результаты проведенного исследования прошли серьезную апробацию в виде докладов на научных конференциях различных уровней: 24 – международные и 7 – всероссийские. Кроме этого, материалы исследования получили широкое освещение в виде статей в научных журналах и сборниках материалов конференций: 4 публикации автора в рецензируемых научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией РФ, и 21 публикация иных типов. Для нас показалось важным, что первые публикации датированы 2018 годом – данное обстоятельство подтверждает системность работы соискателя ученой степени в процессе написания диссертации, постоянное развитие темы. Автореферат соответствует основным положениям диссертации.

Рецензируемый труд оставляет впечатление состоявшегося научного исследования, которое отличается новизной, объемом, глубиной и имеет достаточный для кандидатской диссертации методологический уровень.

Резюмируя сказанное, констатируем, что диссертационное исследование В. А. Хворовой представляет собой научно-квалификационную работу, в которой на основании выполненных автором исследований разработана классификация ценностей в контексте практик медиапотребления; представлена парадигма исследования современного процесса трансляции ценностных ориентиров молодежи; выделены три стратегии взаимодействия медиа со своим потребителем.

Выскажем основные замечания, возникшие при знакомстве с обстоятельным исследованием диссертанта:

1. При всей глубине представления и изученности темы мы отмечаем некоторую небрежность в оформлении. В частности, не указаны работы исследователей, только перечислены фамилии: «Вопросы психологии медиапотребления и проблемы киберсоциализации рассматриваются в работах А. А. Амзина, М. Е. Аникиной, <...>, А. М. Шестериной и др.» (с. 6 диссертации). При этом, в тексте выше (другие направления исследований) введены сноски, как того и требуют правила научной культуры оформления текста диссертации. Аналогичная ситуация с оформлением ссылок на упоминаемых ученых в рассматриваемой научной области наблюдается на протяжении всего введения.

Кроме этого, встречается повтор фраз: на той же странице (с. 6) следующий абзац: «Вопросы психологии медиапотребления и проблемы киберсоциализации рассматриваются в работах А. М. Шестериной ...».

2. Рассматривая теоретические основания своего исследования, автор диссертации выделяет несколько научных областей: аксиологию, теорию медиапотребления, медиаобразование и медиapsихологию. Несомненно, это важные направления изучения проблемы медиапотребления современной молодежи. Но, по нашему мнению, существенным плюсом было бы наличие блока, связанного со сферой коммуникаций, в частности, непосредственно с журналистикой. Обращение к этому блоку придало бы всей работе значимость в отношении такой научной сферы, как журналистиковедение.

3. В работе четко не обозначены причинно-следственные связи между определяемыми при помощи анкетирования приоритетами медиапотребления и выявляемыми также при помощи анкетирования ценностными ориентирами, эти части исследования существуют почти автономно друг от друга.

4. В параграфе 2.3 (с. 74) автор приводит характеристики медиаповедения миллениалов и пишет: «Самыми популярными телевизионными каналами стали развлекательные (53 %) федеральные (45 %) и музыкальные (35 %)» (орфография и пунктуация автора сохранены). На наш взгляд, в этой классификации диссертант работает с несопоставимыми и крайне разнородными понятиями.

Диссертанту предлагается ответить на вопросы:

1. Если исходить из формулировки темы исследования «...проблема формирования ценностных ориентиров», то необходимо, на наш взгляд, прояснить ряд принципиально важных моментов:

– в чем именно эта проблемность заключается?

– какие этапы формирования автор может выделить?

– как конкретно мультимедийность, мультимедийное соавторство и игорреализация транслируют (или формируют) ценности?

2. По каким критериям отбирался медиаконтент для анализа? Каковы критерии его анализа?

3. Автором выделены три стратегии взаимодействия медиа со своим потребителем: игорреализация, мультимедийность и интерактивное соавторство. В каких форматах эти стратегии представлены в медиатекстах?

4. В тексте неоднократно упоминается роль медийных инструментов, при этом остается непонятным, являются эти инструменты средством трансляции ценностей или фактором формирования, поскольку работа оставляет право считать и так, и так.

5. На с. 11 автореферата В. А. Хворова пишет: «новые модели медиапотребления станут необходимыми при условии принятия следующими поколениями уже существующих моделей как традиционных». Какие модели автор выделяет в настоящий момент?



Обозначенные вопросы и замечания лишь подтверждают общую высокую значимость работы, ее несомненную актуальность и ценность для науки о журналистике. Диссертант продемонстрировал высокий уровень научной эрудиции, умение концептуально мыслить, ставить и решать сложные исследовательские задачи.

Таким образом, диссертация Хворовой Валерии Анатольевны «Медиапотребление современной молодёжной аудитории: проблема формирования ценностных ориентиров» является самостоятельным научным исследованием, имеющим внутреннее единство и целостность. Диссертация актуальна по содержанию, обладает новизной, основательностью, теоретической и практической значимостью.

Диссертационная работа Хворовой Валерии Анатольевны «Медиапотребление современной молодёжной аудитории: проблема формирования ценностных ориентиров» выполнена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, полностью соответствует паспорту специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) и критериям, установленным пунктами 9–14 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842.

Автор диссертационного исследования Хворова Валерия Анатольевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Доктор филологических наук (10.01.10 – Журналистика), доцент, профессор кафедры медиапроизводства ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Светлана Ивановна Симакова

Адрес: 454001, Россия, г. Челябинск, Братьев Кашириных, 129  
Телефон: +7 (351) 799-71-01;  
E-mail: odou@csu.ru

Согласна на обработку моих персональных данных.

29 ноября 2023 года



*Симакова СВ*  
*Светлана Ивановна Симакова*  
*специалист по курсам*