

ОТЗЫВ

**на диссертацию Вьюгиной Дарьи Михайловны
«Особенности медиапотребления современной российской молодежи
(на примере Москвы и Московской области)
представленную на соискание ученой степени кандидата
филологических наук по специальности 10.01.10. - Журналистика**

В своей диссертации Д.М. Вьюгина обращается к весьма актуальному и важному с точки зрения общественных и государственных интересов вопросу: выбора, восприятия, оценки медийной информации и формирования информационных потребностей молодежи в контексте взаимодействия со средствами массовой информации. Диссертация Д.М. Вьюгиной представляет собой комплексное исследование специфики медиапотребления современной российской молодежи в Московском регионе.

Актуальность темы диссертационного исследования не вызывает сомнений. Автор убедительно обосновывает ее следующими положениями:

- Цифровая трансформация средств массовой информации и журналистики, происходящая в XXI веке, оказывает большое влияние на различные стороны взаимоотношений медиа и общества. Заметные изменения претерпевают как способы производства и распространения содержания СМИ, так и формы получения и потребления его аудиторией, создающие новые форматы медиапотребления.

- Аудитория становится более активной в поиске и выборе информации, сама вовлекается в процесс производства, потребления и распространения контента.

- Медиа сегодня – это сложное поле, включающее в себя традиционные СМИ: прессу, телевидение, радио, а также традиционные СМИ, перешедшие в цифровой формат и работающие онлайн. Они дополняются цифровыми, также называемыми новыми, медиа: Интернет-СМИ, социальными сетями и мессенджерами. В условиях цифровой трансформации постепенно формируется аудитория, медиапотребление которой характеризуется нелинейностью, высокой степенью вовлеченности, использованием мобильных устройств доступа к медиа, а также самостоятельностью в формировании своей повестки дня и созданием контента.

- Изменения медиапотребления особенно заметны у молодежи, которая активно использует возможности, предоставляемые цифровыми медиатехнологиями, и формирует новые модели взаимодействия с медиа в

своей повседневной жизни. Цифровые медиа становятся одновременно и каналом получения контента, и средой общения.

Поскольку процессы совершенствования культурного и духовного состояния общества в лице молодого поколения могут быть ускорены целенаправленной и эффективной деятельностью средств массовой информации, то в этой связи актуальной выглядит попытка автора осуществить комплексный анализ специфики медиапотребления различных сегментов молодежной аудитории. Заслуживает несомненного признания тот факт, что диссертант не ограничивает ракурс научного исследования только выявлением специфики предмета изучения.

В качестве задач исследования автор также ставит перед собой следующие:

- дать общую характеристику различных поколений российской аудитории медиа и характеристику цифрового поколения в России.

- выделить основные этапы трансформации медиапотребления в России;

Учитывая примеры возросшей социальной активности молодежи и несомненную роль в этом новых СМИ, можно говорить о значимости темы данного исследования для представлений о процессе и механизмах взаимовлияния современных СМИ и молодежной аудитории в контексте социальной практики.

Степень научной разработанности темы диссертации, отраженная в работе, показывает скрупулезность автора в изучении и систематизации источников и литературы по исследуемой проблематике и заслуживает высокой оценки. В ходе исследования соискателем изучены как широко известные, так и малоизвестные работы зарубежных и отечественных исследователей.

Личное участие автора в получении результатов, изложенных в диссертации, проявляется в том, что, несмотря на множество научных изысканий, посвященных аудитории СМИ и массовым коммуникациям, Д.М. Вьюгиной удалось актуализировать недостаточно исследованный сегмент коммуникативистики и дополнить новой информацией соответствующую область научного знания. Логика изложения материала и аргументация текста свидетельствуют об умении использовать известные выводы и положения для обоснования собственных результатов.

Степень достоверности результатов проведенного исследования подтверждается тем, что они базируются на фундаментальных, прикладных и частных авторских исследованиях. Достоверность результатов исследования обеспечивается широким их обсуждением в процессе преподавательской деятельности автора, а также положительными результатами апробации

основных выводов и рекомендаций на международных, всероссийских и региональных научных конференциях. Кроме того, достоверность выводов подкрепляют публикации автора (7 статей общим объемом 5,1 п.л.) в которых излагаются новые научные результаты, детализируются многие положения диссертации.

Выбранные для решения диссертационных задач общетеоретические и методологические основы, а также эмпирическая база являются достаточными для всестороннего и целостного изучения рассматриваемой проблемы и позволили автору оптимально осуществить научный анализ вопросов, исследуемых в диссертации, акцентировать наиболее существенные компоненты, выйти на ключевые аспекты темы, достичь в их изучении заметных результатов. В их числе стоит особо выделить следующее:

Выявленные особенности медиапотребления цифровой молодежи в возрасте от 14 до 21 года, проживающей в Москве и Московской области, помогут исследователям формулировать возможные будущие изменения в медиасистеме России.

Выделенные в диссертации количественные и качественные критерии определения пассивности и активности процесса медиапотребления показывают, что цифровое поколение обладает высоким уровнем вовлеченности в процесс создания, распространения и потребления медиа, проявляет высокую активность при выборе контента и стремится к интерактивному нелинейному потреблению.

Весьма продуктивным для дальнейшего исследования представляется тезис о том, что специфика медиапотребления цифрового поколения формирует новые информационные потребности и способствует созданию новых форм медийной деятельности

В исследовании проводится анализ медиапотребления российской аудитории в условиях еще недостаточно изученного контекста цифровой трансформации российских медиа с учетом различий между поколениями и возрастными группами. Новизной отличается предмет исследования, а именно особенности медиапотребления представителей цифрового поколения, проживающих в Москве и Московской области, а также применение концептуальных подходов теории поколений в исследовании медиапотребления. Впервые дается разносторонняя характеристика цифрового поколения; выявляются предпочтения представителей цифрового поколения, живущих в Москве и Московской области в выборе устройств доступа к медиа и информационных источников; характеризуются основные

виды практик в Интернете, свойственные молодым людям, проживающим в столичном регионе.

Заслуживает одобрения и логика исследования в контексте заявленной темы:

- Анализ основных теоретических подходов к исследованию аудитории и современных каналов СМИ и СМК.

- Систематизация представлений о месте объекта изучения в общем информационном пространстве.

- Обозначение особенностей медиавзаимодействия как социальной коммуникации.

- Исследование сложившейся структуры медиапотребления в московском регионе, его содержательных компонентов.

- Анализ новых тенденций медиапотребления на фоне развития интернет-технологий.

Опираясь на теоретические представления, характеризующие специфику восприятия медийного контента молодежным сегментом аудитории. Диссертант проводит анализ взаимосвязи изменений в медиапотреблении и принятия новых стратегических решений медиакомпаниями в цифровую эпоху; обозначает общие тенденции современного медиапотребления различных поколений и возрастных групп в России. Такой подход дает возможность автору делать оригинальные выводы о специфике потребления медиаконтента конкретным сегментом аудитории в Москве и Московской области.

В диссертации убедительно обосновывается вывод о том, что современные средства массовой информации во все возрастающей степени учитывают особенности поведения, пожеланий и требований аудитории. Это влияет на изменение и развитие бизнес-стратегии медиакомпаний, так как медиапотребитель становится источником для новых идей не только для создателей контента, но и для медиаменеджеров. С момента появления и распространения цифровых информационно-коммуникационных технологий функции СМИ эволюционировали.

Перспективным в научном плане является обоснование автором тезиса о том, что изменения в медиасистеме привели к тому, что сформулированные подходы к изучению взаимоотношений медиа и аудитории не позволяют в полной мере исследовать их новые форматы, что ставит вопрос создания актуальных теоретических подходов к теории аудитории, включающих в себя опыт ее классических исследований, но учитывающих также специфику коммуникации в Интернете.

Автор достаточно корректно использует известные научные методы обоснования полученных результатов, выводов и рекомендаций. Автором изучены и критически анализируются известные достижения и теоретические положения других авторов, специалистов в области коммуникативистики, культурологии, социологии и лингвистики. Список использованной литературы содержит более 150 наименований.

Обоснованность результатов, выдвинутых соискателем, основывается на согласованности данных анализа и научных выводов.

В своей работе диссертант грамотно использует понятийный аппарат из различных областей гуманитарного знания, корректно вводит новые понятия.

В качестве основных научных результатов диссертантом выдвинуты положения:

- Основной базой новостного контента для современной молодежной (цифровой) аудитории являются Интернет-СМИ, паблики в соцсетях в Интернете, главным источником развлекательного контента стал сервис Youtube.

- Контент играет важнейшую роль при выборе источника информации: его формат становится для представителя цифрового поколения более важным фактором, чем репутация СМИ и даже рекомендации близких и друзей.

Самой популярной социальной сетью среди цифровых медиапотребителей является сервис Вконтакте, популярность которого обусловлена в первую очередь тем, что эта социальная сеть была основана в России и имеет русскоязычный интерфейс.

Также большую роль играет обширная база контактов и информационных источников, позволяющая принимать участие в различных группах и создавать новые сообщества; узнавать новости локального и глобального характера, а также находить различные данные, недоступные в поисковых системах. Конкуренцию социальным сетям сегодня начинают составлять мессенджеры, так как они стали новым популярным типом сервиса, используемым не только для общения, но для обмена файлами и получения новостей глобального и локального характера.

Эти положения базируются на анализе большого массива эмпирического, социологического материала, также собственных авторских социологических исследований и имеют убедительную аргументацию.

В Заключении диссертант делает основные выводы на основании полученных в процессе исследования результатов.

- Сегодня роль аудитории в экономических процессах на рынке СМИ возрастает. Аудитория становится более активной в процессе поиска и в

бора информации, сама вовлекается в процесс производства, потребления и распространения контента. Медиакомпании все в большей степени учитывают особенности ее поведения, пожелания и требования.

- Каждое следующее поколение представляет более активный формат медиапотребления, обладает более высоким уровнем медиаграмотности и медиаактивности, выбирает более разнообразные источники информации и проводит с медиа больше времени, чем представители предыдущих поколений.

- Самые заметные изменения медиапотребления происходят с представителями цифрового поколения – молодежи, детей и подростков, детство и взросление которых прошло под влиянием бурного развития цифровых технологий.

- Постоянный доступ к глобальной сети становится важной потребностью для цифрового поколения, так как цифровые технологии позволяют потреблять контент нелинейно, давать обратную связь, а также активно вовлекают в распространение, производство и публикацию собственного контента.

- Представители цифрового поколения отдают предпочтение мобильным медиаустройствам. Несмотря на то, что у большинства представителей российской молодежи есть доступ к традиционному телевизору, он уступает по популярности стационарному компьютеру, ноутбуку и планшету. Большинство опрошенных являются обладателями смартфонов, и в связи с этим большое распространение получило явление мультиэкранного потребления. Цифровое поколение крайне редко потребляет печатные СМИ, в то время как Интернет становится главным источником новостного, развлекательного и образовательного контента.

- Количество потребителей традиционного телевидения среди современной молодежи Москвы и Московской области существенно меньше, чем среди взрослого населения и по стране в целом и составляет всего четверть опрошенных. Основными источниками контента в Интернете оказались различные видеоматериалы (развлекательные ролики, обучающие видео), в первую очередь на каналах Youtube, что позволило сформулировать тезис о том, что Youtube стал для молодежи в возрасте от 14 до 21 года, проживающей в Москве и Московской области, важнейшим каналом получения аудиовизуального контента, замещающим традиционное телевидение.

- Молодежная аудитория цифровых медиа при этом отличается высокой активностью в выборе контента, большой вовлеченностью в процесс медиапотребления и взаимодействия с медиа, стремлением к интерактивному

и мультиэкранному потреблению, увеличению доли нелинейных форм потребления трансляционных (линейных) медиа (телевидения, радио).

В целом, результаты, полученные автором, являются новыми научными знаниями филологической отрасли.

Давая высокую оценку диссертации, тем не менее, следует остановиться на некоторых ее аспектах, которые нуждаются в уточнении.

1. Прежде всего, обращает на себя внимание название главы №1. «Развитие теоретических подходов к аудитории в медиаисследованиях XX-XXI в.в.». Возможно, здесь пропущено слово «термин» или «понятие», но формулировка заголовка нуждается в корректировке.

2. Автором некорректно обозначен объект исследования. В представленном исследовании объектом изучения является конкретный сегмент аудитории, потребляющей медийный контент.

3. К сожалению, предлагая различные характеристики современного молодого потребителя медиапродукта, автор не сформулировал само понятие, не предложил конкретного термина, определяющего «цифровое поколение».

4. Есть некоторые стилистические погрешности.

Важно подчеркнуть, что высказанные замечания не снижают общего уровня диссертации, представляющей собой завершенное и самостоятельное исследование.

Диссертация является законченным научно-исследовательским трудом, выполненным автором самостоятельно на высоком научном уровне. В работе приведены научные результаты, позволяющие их квалифицировать как новое знание в области филологии. Полученные автором результаты достоверны, выводы и заключения обоснованы. Работа базируется на достаточном объеме теоретического и эмпирического материала. Она написана доходчиво, грамотно и аккуратно оформлена. По каждой главе и работе в целом сделаны четкие выводы.

Автореферат соответствует основному содержанию диссертации.

Диссертационная работа Вьюгиной Дарьи Михайловны «*Особенности медиапотребления современной российской молодежи (на примере Москвы и Московской области)*» **полностью соответствует** паспорту специальности 10.01.10 - Журналистика (филологические науки) и критериям, определенным пп.2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова, оформлена согласно Приложениям 5 и 6 Положения о диссертационном совете Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Диссертация **выполнена на хорошем научно-исследовательском**

уровне, ее автор Вьюгина Дарья Михайловна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.

Официальный оппонент

доктор филологических наук, профессор



В.В. Барабаш

Подпись официального оппонента заверяю:

Ученый секретарь университета



В.М. Савчин