

На правах рукописи



Сумская Анна Сергеевна

**РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОМ ТРАНСФЕРЕ
КОММУНИКАТИВНО-КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ**

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Челябинск – 2024

Работа выполнена на кафедре периодической печати и сетевых изданий ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б. Н. Ельцина».

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Загидуллина Марина Викторовна.

Официальные оппоненты: **Ерофеева Ирина Викторовна**, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», заведующий кафедрой журналистики и связей с общественностью;

Лободенко Лидия Камиловна, доктор филологических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», директор Института медиа и социально-гуманитарных наук, старший научный сотрудник управления научной и инновационной деятельности, профессор кафедры «Журналистика, реклама и связи с общественностью»;

Шуб Мария Львовна, доктор культурологии, доцент, ФГБОУ ВО «Челябинский государственный институт культуры», профессор кафедры философии и культурологии.

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина».

Защита состоится «23» сентября 2024 года в 11:00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.431.03 при ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» https://www.csu.ru/Shared%20Documents/Dissovet24243103/Sumskaya_dissertatsia.pdf.

Автореферат разослан « _____ » _____ 2024 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук



И. В. Топчий

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования медиапоколений и передачи коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакommunikации в эпоху цифровизации обусловлена несколькими факторами.

Во-первых, цифровой сдвиг явился результатом развития цифровизации, проникновения интернета в повседневную жизнь человека, повлиял на изменения повседневных медиапрактик и способов коммуникации, сделав их максимально опосредованными цифровыми медиа. Поворот от «аналогового» к «цифровому» привел к трансформации технологий обработки информации и изменению способов коммуникации¹. Журналистика как социокультурный феномен реализуется в рамках модели, сложившейся в конкретном обществе, «напрямую коррелирует с состоянием культуры данного общества (если культура понимается как пространство значений и ценностей)»². Журналисты в медиатизированном обществе, будучи институциональными акторами, обрели статус создателей общезначимых смыслов³. Однако Интернет модифицировал способы взаимодействия с аудиторией, подчас без участия профессиональных журналистов «обращаясь напрямую к социуму и последовательно побеждая в конкуренции за его внимание»⁴. Все это привело к обновленному состоянию журналистики, изменению поведения медиааудитории, возникновению потребности в модернизации методологических подходов к изучению аудитории медиа, разработке новых исследовательских инструментов «рефреймирования аудитории медиа: от аудитории принта к аудитории эпохи digital»⁵.

В этой связи, развивая тезис о генеративных свойствах аудитории медиа⁶, считаем, что медиапрактики разных аудиторных групп в хронологической динамике настолько отличаются, что можно судить об этих группах как о целостных медиапоколениях, идентификационным маркером которых является предпочтение медиа и соответственно коммуникативных медиапрактик аналогового или цифрового периодов развития медиаиндустрии. Поэтому актуализируется потребность концептуализации феномена медиапоколения, конкретизация сущностных признаков и особенностей медиапоколений аналогового и цифрового периодов развития массмедиа. Исследование медиапоколений позволит понять, как передаются

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 51.

² Korkonosenko S. G., Voskresenskaya M. A. Journalism of the XXI century as a cultural institution // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2020. Т. 92. С. 2011. (Пер. автора диссертации. – А. С.).

³ Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 195.

⁴ Лозовский Б. Н. Антропология аудитории: новые измерения // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2023. Т. 29, № 2. С. 67.

⁵ Там же. С. 73.

⁶ Шароян С. В. Влияние внедрения инструментов веб-аналитики на редакционные процессы (на примере анализа работы редакции РБК) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 1. С. 80.

традиции и сохраняется преемственность в идентичных социальных общностях.

Во-вторых, мемориальный сдвиг стал следствием цифровизации, глобализации и этического поворота в политике памяти, что в результате привело к сложностям самоидентификации помнящих сообществ в соответствии с прошлым их «родовой культуры». Это так, поскольку в условиях информационного общества в приоритете культура воспроизведения повседневного, культура одномоментности восприятия и осознания действительности (недавнего прошлого) по сравнению с культурой вечных ценностей (далекого прошлого), что приводит к потере связи человека с ценностными категориями его предшественников⁷ и соответственно вызывает обратный процесс – пристальное внимание к воспоминаниям, попытки «укоренения в пространстве прошлого, через обретение собственной истории и памяти»⁸. Кроме того, традиционно интерес к прошлому возрастает в условиях кризисных явлений, поэтому согласимся с утверждением М. Л. Шуб: «Можно сказать, что идет грандиозная борьба за прошлое как национальный ресурс – мощный, но ограниченный, а потому обретающий все большую и большую ценность»⁹.

Сегодня цифровые медиа переформатировали не только воспринимающую аудиторию, но и конфигурацию памяти¹⁰, что обуславливает актуальность концептуализации памяти медиапоколений в цифровой среде. Поскольку в едином медиатехнологическом пространстве представлены и коллективная социальная, и коллективная культурная памяти, то появляется возможность концептуализировать феномен коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, своеобразных помнящих сообществ эпохи цифровизации. Коммуникативно-культурная память становится объектом репрезентации в межпоколенческой цифровой медиакommunikации посредством журналистских медиатекстов¹¹.

В-третьих, трансформации общества, возникшие в результате развития информационно-коммуникативных технологий, актуализируют обращение к проблеме межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти. Трансфер памяти в цифровой медиасреде осложнен несовпадающими поколенческими коммуникативными практиками и востребованными коммуникационными площадками. Сбой в передаче коммуникативно-культурной памяти является результатом цифрового неравенства медиапоколений как следствие цифрового разрыва. Одной из значимых

⁷ Зверева Е. А. Современные российские журналы: теория и практика функционирования: автореферат дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2017.

⁸ Шуб М. Л. Феномен памяти: актуальность прошедшего (проблематика памяти в ракурсе современных гуманитарных исследований) // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Екатеринбург, 2016. С. 960.

⁹ Шуб М. Л. Образ прошлого как феномен культуры: концептуализация и формы репрезентации в современном социокультурном пространстве: автореферат дис. ... д-ра культурологии: 24.00.01. Челябинск, 2018. С. 10.

¹⁰ Hoskins A. Media, Memory, Metaphor: Remembering and the Connective Turn // Parallax. 2011. № 17 (4). P. 29.

¹¹ Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования. М.: Юрайт, 2019. С. 219.

причин неудачи трансфера коммуникативно-культурной памяти является локализация медиааудитории в поколенчески привлекательных «эхо-камерах», поскольку пользователи преимущественно получают информацию, соответствующую их картине мира, а другие «возможные миры» оказываются (функционально) заблокированными¹². В условиях текущей геополитической напряженности возрастает роль консолидации, солидаризации общества в борьбе с внешними вызовами. В связи с этим становится все более значимой роль журналистики как социального института, способствующего нахождению баланса между целыми поколенческими общностями. Определение механизмов, стратегий и приемов передачи коммуникативно-культурной памяти посредством журналистских медиатекстов, выявление моделей межпоколенческих взаимодействий в цифровой медийной среде представляется значимой проблемой современного филологического исследовательского поля. На решение этой актуальной проблемы направлено данное диссертационное исследование.

Степень научной разработанности проблемы. Исследование роли журналистики в межпоколенческом трансфере коммуникативно-культурной памяти реализуется в диссертации на пересечении нескольких тематических областей. Это пересечение направлено на обогащение современного филологического знания за счет междисциплинарного синтеза. Исследовательская проблема включает три блока, объединенные в единый комплекс: медиапоколения в условиях развития цифровых технологий, коммуникативно-культурная память медиапоколений, репрезентуемая в журналистских медиатекстах, и проблемы трансфера коммуникативно-культурной памяти от одного медиапоколения к другому в межпоколенческой медиакommunikации.

Поскольку заявленная проблематика исследования носит междисциплинарный характер, то автором привлекались труды из различных научных сфер (преимущественно социологии, культурологии и журналистики).

Первый исследовательский блок связан с изучением представлений о поколениях, их формирующих и трансформирующих факторах. Проблемы поколенческой динамики осмысляются со времен Средневековья. Во второй половине XIX века феномен поколений становится объектом пристального внимания западноевропейских ученых. Английская научная традиция развивает позитивистские представления о поколениях в работах Д. Юма, Дж. Ст. Милля и др.; французская научная традиция в рамках социологически-позитивистских воззрений на поколения представлена в работах О. Конта, Ж. Дромеля, Э. Дюркгейма и др.; немецкая научная традиция романтико-гуманитарного видения поколений описана в трудах О. Лоренца, В. Дильтея, М. Вебера и др.; историко-политическая научная традиция осмысления поколений представлена в работах ученых разных европейских стран:

¹² Загидуллина М. В., Киклевич А. К. Некоторые аспекты демократизации языка современных российских СМИ // Русистика. 2021. Т. 19, No 4. С. 412.

К. Маркса и Ф. Энгельса, К. Маннхейма, Х. Ортеги-и-Гассета и др.; американская научная традиция исследования поколений в контексте социально-политического направления изложена в работах М. Мид, Г. Маркузе, Т. Парсонса, Ш. Эйзенштандта и др.

Основоположником разработки социологической теории поколений в XX в. является К. Маннхейм¹³. В трудах следующих зарубежных и отечественных авторов развиваются представления о поколении как социологическом понятии: П. Бурдьё, А. Ван ден Брука, С. Гилларда, Д. Кертцера, Н. Райдера, Д. Элвина и Р. Маккаммона, Р. Эйермана и Б. Тернера, а также работах В. В. Гаврилюк и Н. А. Трикоз, М. Б. Глотова, Б. Дубина, М. А. Исаевой, Ю. Левады, В. В. Семеновой, Х. Н. Садыковой, И. В. Троцук и др.

Социализационные механизмы поведения детей и молодежи как представителей подрастающих поколений являлись объектом изучения советских и российских ученых: Л. С. Выготского, Э. Ф. Зеера, Н. Г. Церковниковой и В. С. Третьяковой, В. Т. Лисовского, А. В. Мудрика, И. С. Кона, В. И. Пищик, А. В. Плетнева, В. П. Чудиновой, Г. А. Цукерман и др.

Влияние исторических событий и традиций культуры на формирование поколений изучено в работах Х. Беккера, А. Бонтеконинга, П. Бурдьё, Р. Инглхарта, Ю. М. Лотмана, Л. Ю. Пушиной, Т. Шанина и др.

Исследованием лексики поколений занимались М. Ю. Мухин и А. И. Лозовская; М. М. Соколов, Н. А. Соколова и М. А. Сафонова; Дж. Уайт, А. Юрчак и др.

Наиболее значимы для исследования типологии поколений в работах зарубежных ученых: Х. Бекера, М. МакКриндла, Дж. Твенге, Н. Хау и В. Штрауса, коллектива авторов Ю. Кай-чэна, Р. Терпстры, К. Эгри и Д. Ральстона, коллектива авторов Х. Тинга, Ц. Лима, Э. СирилдРана, Х. Коха и М. Сахдана и др. Получили известность типологии поколений советских и российских социологов Ю. Левады, В. В. Радаева, Н. П. Попова, С. С. Семеновой и др.

Преобразующее взаимовлияние человека и техносферы доказано в работах М. Маклюэна и изучено на современном материале М. В. Загидуллиной, С. В. Соколовским, Т. Фуксом и др., а влияние медиа и на формирование поколений доказано в работах Дж. Болина, О. И. Маховской, П. Меллоу, И. Фолькмер и др.

Отражение динамики развития отечественных СМИ, определяющей становление медиапоколений радио, печати, телевидения «аналоговой» эпохи и начального этапа цифровизации представлено в работах авторов научных школ под руководством Е. Л. Вартановой, Э. Г. Багирова, В. В. Егорова, Я. Н. Засурского, А. Г. Качкаевой, А. А. Шереля, М. В. Шкондина, а также в отдельных трудах К. А. Алексеева, И. К. Беляева, А. Г. Беспаловой,

¹³ Mannheim K. The problem of generations. Essays on the sociology of knowledge. New York: Oxford University Press, 1952. P. 276–322.

Р. А. Борецкого, И. С. Бродского и Л. М. Макушина, В. М. Вильчека, Н. А. Голядкина, И. В. Кузнецова, Г. В. Кузнецова, М. М. Лукиной, Е. П. Михайловой и Н. Н. Михайлова, С. А. Муратова, Л. Г. Свитич, И. Д. Фомичевой, Т. И. Фроловой, А. Юровского¹⁴ и др.

Перспективы цифровизации и медиатизации как магистральные направления развития и конструирования социально-культурного мира отражены в концептуальных работах М. Кастельса, Л. Мановича, С. Хьярварда и современных исследованиях А. Н. Гуреевой, П. Завойского, М. В. Загидуллиной, Н. Б. Кирилловой, Ф. Кроца, С. Маккуайра и др. Феномен цифрового разрыва, являющийся результатом неравенства доступа к информационным технологиям, как следствие, неравенства навыков коммуникации людей в цифровой медиасреде, возможностей повышения качества медиажизни и влияющий на различение доцифровых и цифровых медиапоколений, изучен в работах зарубежных ученых Й. ван Дейка, П. Норриса, коллективами авторов под руководством М. Рагнеди, Л. Робинсон и др. Российская модель цифрового разрыва концептуально осмыслена представителями научной школы под руководством Е. Л. Вартановой.

Исследование поколений цифровой эпохи, их медиапрактик и медиапотребления реализовано в работах зарубежных исследователей М. Пренски, Д. Тапскота, М. МакКриндла, Дж. Твенге и др., исследователей научного проекта под руководством С. Ливингстон, а также отечественных ученых Д. М. Вьюгиной, Д. В. Дунаса и С. А. Вартанова, Д. Ю. Кульчицкой, Е. А. Салиховой, А. В. Толоконниковой, М. В. Загидуллиной, Е. А. Зверевой и В. А. Хворовой, И. Г. Шестаковой; научного проекта группы исследователей под руководством Г. У. Солдатовой, представителей научной школы В. Ф. Олешко и др. Социологические исследования медиапотребления разных возрастных групп обобщены в работах авторов и последователей научных школ Л. Н. Когана, Е. П. Прохорова, Б. М. Фирсова, А. В. Шарикова и др.

Второй исследовательский блок связан с коммуникативно-культурной памятью, репрезентуемой в журналистских медиатекстах. Проблемы памяти (коллективной, социальной, коммуникативной и культурной, политической, исторической) исследованы в фундаментальных трудах Я. и А. Ассман, Х. Вельцера, П. Нора, Ю. М. Лотмана, Д. Олика, П. Рикера, М. Хальбвакса и др.

Структуризации памяти и актуальные тренды в изучении памяти обобщены в работах отечественных ученых А. Г. Васильева, Б. В. Дубина, К. Ф. Завершинского, Л. Б. Зубановой, Н. Л. Зыховской и М. Л. Шуб, Л. Н. Мазур, Л. А. Тюкиной и др.

Память в контексте цифровизации и медиатизации изучена в работах зарубежных исследователей: Р. Бартолетти (Италия), Й. ван Дейк (Нидерланды), группы авторов под руководством А. Хоскинса, Дж. Гард-Хансен и А. Ридинг (Великобритания), под руководством М. Нейгера,

¹⁴ Литература по истории отечественной журналистики настолько обширна, что не может быть включена в работу в виде всеобъемлющего перечня, поэтому в исследовании мы опираемся на обобщающие работы и приводим в перечне лишь часть авторов.

О. Мейерса и Э. Зандберга (Израиль), под руководством А. Эрл и А. Нуннинга (Германия), под руководством А. Эрл и Э. Ригни (Германия, Нидерланды), в работах К. Штоп-Рутковски (Польша) и др. Исследованию памяти в условиях медиального поворота посвящены работы отечественных ученых: Д. С. Артамонова, Г. И. Зверевой, Л. Б. Зубановой, С. В. Тихоновой и С. М. Фроловой и др.

Национально обусловленная память стала предметом научного интереса Т. Адорно, Х. Вельцера, М. В. Загидуллиной, В. Д. Мансуровой, Н. Л. Мысливца, П. А. Сорокина, М. Тамма, М. Л. Шуб, И. Щербаковой А. Эткинда и др.

Языковой менталитет, отражающий национально-специфический способ знакового представления знания о мире и воплощенный в сематической системе национального языка, символах и сюжетах изучен в работах Д. С. Лихачева, В. Я. Проппа, современных исследованиях В. В. Абашева, Д. Верча, С. А. Гринберг, Б. В. Дубина, В. Н. Лескина, Т. Б. Радбиля, научной школы М. В. Загидуллиной и др.

Поколенческие субкультуры журналистских практик в контексте российской коммуникативной культуры, доцифровых и цифровых технологий концентуализированы в работах З. М. Баркинхоевой, И. Н. Блохина, А. Г. Качкаевой и С. А. Шомовой, С. Г. Корконосенко, К. Р. Нигматуллиной, С. Пасти, В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко, В. В. Прозорова, Л. Г. Свитич, М. В. Симкачевой, В. Р. Хафизовой и др.

Журналистика как социокультурный феномен исследуется представителями научной школы С. Г. Корконосенко, М. В. Шкондина, осмысляется в работах В. В. Абашева и Е. Г. Власовой, Т. Н. Владимировой и В. В. Панферовой, В. Г. Костомарова, М. А. Мясниковой, С. И. Симаковой и др.

Значительный вклад в развитие теории медиатекста в российских исследованиях внесли такие ученые, как В. В. Богуславская, Л. Р. Дускаева, М. А. Воскресенская, Т. Г. Добросклонская, И. М. Дзялошинский и М. А. Пильгун, И. В. Ерофеева, Я. Н. Засурский, М. Ю. Казак, В. И. Коньков, А. Д. Кривонос и К. В. Киуру, Н. А. Кузьмина, В. В. Прозоров, Г. Я. Солганик, Н. С. Цветова, Н. В. Чичерина и др.

Третий блок исследования – это изучение трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой коммуникации. Зависимость трансфера памяти, или преемственности поколений от культурно-исторического опыта, самобытности культурно-исторического типа народа, приобретаемой в ходе цивилизационного развития, выявлена в фундаментальных работах Н. Я. Данилевского, Р. Инглхарта, М. Мид, П. Нора и др.

Проблемы межпоколенческой медиакоммуникации, преемственности поколений через воспроизводство моделей медиажизни и ценностей культуры разных возрастных групп стали предметом исследовательского интереса Н. Б. Граматчиковой и Л. В. Ениной, А. П. Глухова и Ю. М. Стаховской, М. С. Гусельцевой, Л. Б. Денисенко, Е. И. Изотовой, Н. А. Голубевой и

О. В. Гребенниковой, В. Т. Лисовского, П. С. Макеева, Н. Л. Мысливца, В. И. Пищик, М. И. Постниковой, Л. Овчаровой и Л. Прокофьевой, А. М. Рикель, Н. В. Федорова и И. Б. Бовиной, С. Б. Цымбаленко, И. Щербаковой и др.

Способы моделирования медиакommunikации между представителями разных социальных групп изучены в трудах О. Гойхмана, И. М. Дзялошинского, М. В. Загидуллиной и А. К. Киклевича, П. Меусбургера, В. Ф. Олешко и Е. В. Олешко и др.

Обзор данных исследовательских направлений и отдельных научных работ обеспечил необходимую теоретическую базу.

Объектом исследования выступают медиатексты, репрезентирующие смыслы и символы коммуникативно-культурной памяти медиапоколений.

Предмет исследования – трансфер коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакommunikации.

Цель работы: на основе концептуализации феноменов медиапоколения и коммуникативно-культурной памяти выявить сущностные характеристики медиапоколений аналогового и цифрового периодов развития отечественных медиа, коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, описать механизм и разработать модель трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакommunikации.

Задачи исследования:

1. Опираясь на анализ многообразия методологических подходов социогуманитарных наук, определить основания концептуализации феномена медиапоколения.
2. Выявить сущностные характеристики медиапоколения как социокультурного феномена с учетом классической теории поколений.
3. Проанализировать применимость разработанных типологий поколений для выделения периодизации медиапоколений.
4. Выявить «аналоговые» медиапоколения радио, печати и телевидения на основе исследования динамики развития отечественных СМИ.
5. Разработать концепцию медиапоколений на основе изучения динамики внедрения информационно-коммуникационных технологий в производство отечественных медиа и освоения российской медиааудиторией цифровых пользовательских медиапрактик.
6. Концептуализировать феномен коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, определив её сущностные характеристики и отличия коммуникативно-культурной памяти разных медиапоколений.
7. Выявить проблемы межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти в цифровой медиасреде.
8. Провести эмпирическое исследование медиапоколений, используя опросные методы и лексико-статистический анализ массивов медиатекстов.
9. Описать механизм и разработать модель трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакommunikации средствами журналистики.

Теоретико-методологические основы исследования. Диссертация представляет собой комплексное исследование проблематики межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти посредством журналистских медиатекстов в цифровой медиасреде. Теоретико-прикладной характер работы обусловил обращение автора как к общенаучным, универсальным подходам (диалектический метод, метод анализа и синтеза, наблюдения, сравнения, описания, концептуализации, способствующие обобщению результатов исследования, интерпретации, анализу, классификации и систематизации полученных данных), так и к частно-научным методам.

Теоретико-методологической основой исследования являются социокультурный, а также исторический, системный, антропологический и семантический подходы, методы концептуализации и типологического анализа, обоснованной теории и моделирования как междисциплинарная ориентация социально-гуманитарных исследований, позволившая сформулировать представления о медиапоколениях, их коммуникативно-культурной памяти, а также описать механизм и разработать модель трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакommunikации.

Социокультурный подход позволил сформулировать представления о медиапоколениях и коммуникативно-культурной памяти как феноменах, отражающих взаимосвязанные изменения больших социальных аудиторных медиагрупп и культуры как совокупности их ценностей и норм.

Исторический подход дал возможность проследить динамику развития отечественных медиа в доцифровой (=советский) и цифровой (=российский) период их развития, а также произвести краткий исторический обзор традиций изучения поколений.

Системный метод позволил проанализировать технологический переход от «аналогового» к «цифровому» на основе совокупности компонентов – технологических устройств (стационарных и мобильных), технологии интернет-соединения (проводной и беспроводной) и технологии цифровой связи (сигнала); развитие отечественных медиа аналогового периода как медиасистемы, включающей совокупность взаимообусловленных элементов – медиаканалов, медиаконтента, медиатехнологий, управляющих и образовательных институций.

Антропологический подход сделал возможным проанализировать взаимодействие человека и технологий, аудитории и медиа, влияние медиа на трансформацию поведенческих паттернов представителей конкретных медиапоколений.

Семантический подход дал возможность на основе анализа содержания медиатекстов, ядерной аудиторией которых являются различные медиапоколения, сформировать представления о смысловых полях медиапоколений и разработать семантические «портреты» «аналогового» и «цифрового» медиапоколений.

Метод концептуализации как общенаучный метод теоретического уровня познания дал возможность сформулировать структурные компоненты медиапоколения, уровневую схему коммуникативно-культурной памяти в условиях цифровизации, как метод когнитивной лингвистики – эксплицировать концепты «цифровое» медиапоколение и «аналоговое» медиапоколение путем анализа корпусов медиатекстов, ориентированных на данные медиапоколения.

Метод типологического анализа обеспечил инструментарий изучения применимости разработанных социологических типологий поколений для выделения конкретных медиапоколений и разработки типологии медиапоколений на основе дифференцирующего признака – «аналоговых» или «цифровых» медиапредпочтений аудитории.

Метод обоснованной теории позволил очертить концептуальные рамки объекта данного исследования и разработать авторскую концепцию медиапоколений на основе систематического ряда процедур по изучению массива репрезентативных теоретических источников, релевантных теме исследования.

Метод моделирования позволил разработать уровневую процессную модель трансфера коммуникативно-культурной памяти в цифровой медиасреде.

Исследование потребовало применения частно-научных методов. В работе использованы количественные методы исследования: лексико-статистический анализ медиатекстов на платформе Sketch Engine, статистический анализ аудитории медиа на основе программ Pepper.ninja, Borgi.ru, Popsters, онлайн-анкетирование с использованием сервиса Google Forms и последующей статистической обработкой результатов в программе Vortex. Кроме того, применены качественные методы исследования – глубинные интервью с представителями разных медиапоколений и контекстологический анализ массивов медиатекстов.

Труды таких ученых, как К. Маннхейм, М. Маклюэн, П. Бурдьё, и фундаментальные исследования Е. Л. Вартановой, М. В. Загидуллиной, К. МакКридла и Х. Бекера явились основными теоретическими работами, предопределившими логику осмысления медиапоколений. Концептуальные исследования Я. и А. Ассман, Ю. М. Лотмана, П. Нора и современные работы Л. Б. Зубановой, В. Ф. Олешко, Л. Г. Свитич и М. Л. Шуб стали значимыми при разработке представлений о коммуникативно-культурной памяти медиапоколений в цифровую эпоху и интенциях журналистов разных поколений. Изыскания М. Мид и таких современных исследователей, как М. Рагнедда и Д. Олик стали ведущими ориентирами при описании механизма и разработке модели трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакommunikации.

Сочетание теоретических подходов и научных работ этих ученых позволило разработать представления о медиапоколениях и коммуникативно-культурной памяти, выявить и описать сущностные характеристики изучаемых феноменов, разработать и реализовать эмпирическую часть

исследования, описать механизм и модель межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти посредством ресурсов журналистики.

Эмпирическую базу исследования составляют:

1. 100 глубинных интервью с информантами разных поколений (2019–2021 гг.) и 376 анкет массового опроса медиапоколений из Уральского федерального округа (2022–2023 гг.). Всего 476 единиц анализа.

2. 381 медиатекст (538 742 слова), отобранные на основе критериев сторителлинга и опубликованные в 14 российских медиа в 2018–2019 гг., 10 205 текстов (548 913 слова), извлеченные методом сплошной выборки из девяти медиа за октябрь–декабрь 2022 г. Всего 10 586 медиатекстов, 1 081 808 слов для анализа.

Эмпирический материал позволяет дать целостное представление о поведенческих паттернах медиапоколений, о коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, репрезентуемой посредством медиатекстов, что дает возможность провести комплексный анализ проблемной области исследования, выявить перспективные инструменты трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой коммуникации в цифровой медиасреде.

Положения, выносимые на защиту:

1. Медиапоколение – совокупность аудитории медиа, объединенной привычной вовлекающей информационно-коммуникативной технологической средой. Эта аудитория имеет общие устойчивые медиапредпочтения и медиапрактики, обеспечивающие включенность в процесс восприятия и производства информации. На становление медиапоколения и формирование поведенческих паттернов влияет формативный медиаопыт, приводящий к солидаризации и общей судьбе медиапоколения в той или иной социально-культурной реальности.

2. Формативные периоды и длина поколений определяются уникальными страновыми факторами, в том числе значимыми историческими, социально-культурными, медийно-технологическими событиями, влияющими на поколенческую динамику.

3. Формативные периоды медиапоколений традиционных СМИ в доцифровой и начальный цифровой период развития отечественной медиаотрасли на основе анализа ее системных характеристик следующие: формативный период массовых медиапоколений радио соотносится с окончанием 20-х гг. вплоть до середины 60-х гг. XX века; формативный период массовых медиапоколений печати охватывает время с начала 30-х гг. до окончания 60-х гг. XX века. Кроме того, медиапоколения печати включают два элитарных медиапоколения, формативный период первого соотносится с началом XX в. до середины 20 гг. XX в., а формативный период второго – с серединой 50-60-х гг. XX в. Формативный период массовых медиапоколений телевидения длится с конца 50-х гг. XX в. до окончания 2000-х г. XXI века.

4. Разработка концепции отечественных медиапоколений в ракурсе цифровизации базируется на представлениях об особенностях российского

технологического поворота от «аналогового» к «цифровому» медиапроизводству и медиа-использованию, медийном неравенстве российских регионов. Внутространовые региональные диспропорции в распространении цифровых медиатехнологий проявляются в медиа-иерархии российских территорий: «медийных центрах», «медийной полупериферии», «медийной периферии». Маркирование территорий в логике «медийного центра – медийной периферии» реализуется на основе четырехкомпонентной и многокритериальной структуры объективных измеряемых показателей: демографических данных, уровня экономической устойчивости и медийной насыщенности территории, концентрации институций, реализующих образовательные программы по медиаспециальностям.

5. Концепция медиапоколений в ракурсе цифровизации включает сущностные характеристики «аналоговых», «цифровых» медиапоколений и медиапоколения «цифрового пограничья», структурированные в следующих компонентах: технологический медиаопыт медиапоколения в формативный период, социализирующее медиа-использование и привычные практики потребления медиа, в том числе, в цифровой медиасреде. Совокупность характеристик каждого медиапоколения обобщается в понятиях габитуса и капитала медиа-использования, позволяющих выявить сущностные черты медиатекстов, репрезентирующих эту специфику.

6. Габитус медиапоколения как предрасположенность к использованию тех или иных медиа, выработанная в формативный период, является основой для капитала медиа-использования. Капитал медиа-использования представляет собой совокупность устойчивых медиапредпочтений и медиапрактик потребления и производства медийного контента, трансляции ценностно-значимых смыслов.

7. Коммуникативно-культурная память медиапоколений определяется как совокупность значимых смыслов, символов культуры, репрезентируемых в журналистских текстах, а также практик медиа-использования, которые способствуют идентификации человека в своем культурно-историческом сообществе. Коммуникативно-культурная память объединяет символические и повседневные воспоминания, что обеспечивает целостность восприятия памяти в процессе ее интериоризации медиапоколениями.

8. Конструкты коммуникативно-культурной памяти включают два уровня воспоминаний. Коммуникативный уровень через частную и публичную семантическую память обеспечивает межличностный и межпоколенческий контакт, в ходе которого актуализируется настоящее и прошлое в повседневных интеракциях посредством поколенческих медиапрактик. Культурный уровень через частную и публичную официальную семантическую память обеспечивает транспоколенческий контакт, в ходе которого актуализируются воспоминания-символы в ритуализированной медиакоммуникации. Коммуникативный уровень памяти медиапоколений запускает процесс формирования

смысложизненных ценностей, а культурный уровень памяти закрепляет результаты этого процесса.

9. Коммуникативно-культурная память медиапоколений различается, поскольку представляет разные смещающиеся во времени поколенческие пласты медиапамяти в связи с отличающимися горизонтами коммуникативной памяти, соответственно, разными объемами культурной памяти, включающими «бывшее недавнее» и абсолютное прошлое. Абсолютное прошлое опредмечивается в памяти медиапоколений преимущественно символами национально обусловленной памяти.

10. Следующие тематические области в семантических системах медиапоколений, выявленные в 2019–2022 гг., могут стать связующими в межпоколенческой медиакommunikации и использоваться для организации трансфера коммуникативно-культурной памяти: тема человека в центре событий, его психологического и физического здоровья, поддержки в трудных ситуациях, тема семьи и ментальной связи с территорией.

11. Механизм трансфера коммуникативно-культурной памяти между медиапоколениями представляет совокупность медиадействий по передаче «аналоговыми» медиапоколениями и медиапоколением «цифрового пограничья» памятного прошлого «цифровым» медиапоколениям посредством институциональных и неинституциональных акторов в пространстве социальных медиа и с опорой на национально обусловленную память. Техника трансфера – ритуализированное медиа-использование. Уровень коммуникативной памяти медиапоколений – пространство медиаопосредованного социального межпоколенческого взаимодействия, в котором осуществляется передача символического памятного прошлого. Эффективная техника запуска воспоминаний – эмоциональное вовлечение. Точка трансфера – соприкосновение с конкретными человеческими судьбами, аутентичными местами действия. Момент трансфера – пересечение значимых индивидуальных воспоминаний и коллективной культурной памяти средствами наррации. Результат трансфера – полученная обратная связь в ходе интерактивной коммуникации.

12. Процессная модель межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти медиапоколений включает взаимодействие трех субъектов коммуникации – «аналогового», «цифрового» медиапоколений и медиапоколения «цифрового пограничья»; три способа трансфера опыта – сочетание постфигуративного, кофигуративного и префигуративного поколенческого взаимодействия; три уровня трансфера коммуникативно-культурной памяти: цифровые медиатехнологии, поколенческие медиапрактики, смыслы и символы коммуникативно-культурной памяти.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые в российской научной практике:

- обобщены представления о поколении в контексте социально-гуманитарного знания на основе комплекса методологических подходов;
- выявлены качественные и количественные характеристики

поколений, специфика их формативного периода во времена «быстрых» и «медленных» изменений; сформировано представление о периодизации поколений, в том числе о длине («шаге») поколений на основе девяти поколенческих концепций XX–XXI вв., разработанных учеными технологически развитых и развивающихся стран;

- концептуализированы представления о медиапоколении, определены его сущностные характеристики (габитус и капитал медиа-использования), выработаны представления о типичных и нетипичных характеристиках медиапоколений и закреплении сущностных черт медиапоколений в журналистских текстах;

- определены формативные периоды медиапоколений традиционных СМИ в доцифровой и начальный цифровой период развития отечественной медиаотрасли;

- разработана и апробирована концепция медиапоколений в ракурсе цифровизации журналистики, выделены сущностные характеристики «аналоговых», «цифровых» медиапоколений и медиапоколения «цифрового пограничья» с учетом медиаиерархии российских территорий («медийных центров», «медийной полупериферии», «медийной периферии»);

- концептуализированы представления о коммуникативно-культурной памяти медиапоколений и выявлены проблемы межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти в цифровой медиасреде;

- на основе многокомпонентного анализа крупного массива медиатекстов описаны семантические «портреты» медиапоколений, отображающие смысловые приоритеты их коммуникативно-культурной памяти, уточнены динамические и устойчивые характеристики семантических систем медиапоколений;

- описан механизм трансфера коммуникативно-культурной памяти между медиапоколениями и определена роль журналистики в нем;

- разработана процессная модель межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти медиапоколений.

Теоретическая значимость исследования. В работе решена актуальная проблема филологии, связанная с трансфером коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, имеющая важное политическое, социально-экономическое, культурное значение. На основе обобщения мирового опыта научных изысканий, посвященных медиапоколенческой проблематике, решается масштабная научная задача по обновлению способов «рефреймирования аудитории медиа» в условиях цифровой медиасреды. В исследовании впервые осмысливается феномен коммуникативно-культурной памяти медиапоколений как следствие трансформации воспоминаний в эпоху цифровизации, а также механизм и модель трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакоммуникации.

Материалы диссертации могут быть использованы для дальнейшего развития междисциплинарного направления исследований российских медиапоколений с учетом национальных сил влияния, конкретизации поколенческих паттернов медиапоколений в медийно-центральных и

медийно-периферийных территориях, операционализации представлений о капитале медиа-использования медиапоколений, развитии представлений о коммуникативно-культурной памяти медиапоколений как феномене эпохи цифровизации и обогащения представлений о технологиях и техниках трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой цифровой медиакommunikации.

Практическая значимость исследования. Полученные диссертантом результаты могут быть использованы в учебных курсах по направлениям «Журналистика» (42.03.02; 42.04.02), «Медиакommunikации» (42.03.05; 42.04.05), актуализирующих междисциплинарные подходы как способ научного осмысления межпоколенческих трансферов посредством медиа и расширяющих представления обучающихся об аудитории медиа, в частности отечественных медиапоколениях.

Исследование также имеет прикладное значение в контексте изучения проблем цифровизации, перспектив организации межпоколенческого диалога в цифровой среде, что соответствует Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 гг.; Программе фундаментальных научных исследований в РФ на долгосрочный период (2021–2030 гг.), Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации (утверждена Указом Президента РФ от 28.02.2024 г. № 145) и другим регламентирующим документам развития фундаментальных и прикладных научных исследований в области гуманитарного знания.

Диссертационное исследование соответствует паспорту научной специальности 5.9.9. Медиакommunikации и журналистика по следующим направлениям исследований:

1. Теории журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакommunikационной среды (п. 1).
2. История журналистики, средств массовой информации, медиакommunikаций в контексте общественного развития (п. 2.).
3. Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакommunikациях (п. 3).
4. Творческий процесс в журналистике и медиакommunikациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакommunikаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакommunikаций (п. 4).
5. Медиасистема. Природа и архитектура медиасистемы в условиях цифровизации. Динамика медиасистемы и её сегментов. Глобальная и национальные медиасистемы (п. 6).
6. Журналистский текст. Семиотика журналистики и медиакommunikаций. Медиа́тэкст и медиа́речь. Язык СМИ и социальных медиа (п. 8).
7. Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакommunikациях. Влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов,

профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов (п.9).

8. Профессиональные культуры в медиакоммуникациях (п. 14).

Эти направления, указанные в паспорте специальности, отвечают общей филологической направленности исследования, поскольку в центре внимания диссертанта – репрезентация коммуникативно-культурной памяти медиапоколений в журналистских медиатекстах.

Достоверность полученных результатов определяется теоретико-методологическими подходами, соответствующими целям и задачам исследования; включением в исследование работ основателей поколенческих парадигм, используемых при изучении медиапоколений, и их последователей; другими подходами, способствующими комплексному осмыслению проблемного поля исследования, органичным сочетанием в работе концепций поколений и памяти, позволяющих концептуализировать представления о медиапоколениях и их коммуникативно-культурной памяти, проверкой концепции медиапоколений эмпирическим путем, использования прикладных качественных и количественных методов исследования как медиапоколений, так и журналистских медиатекстов, посредством которых обеспечивается трансфер коммуникативно-культурной памяти в цифровой медиакоммуникации, опорой на эмпирическую базу данных, полученную в соответствии с определенными в работе критериями и представляющую собой 476 анкет индивидуальных и массовых опросов, 10 586 медиатекстов для лексико-статистического анализа (1 081 808 слов).

Апробация основных положений исследования. Основные результаты исследования обсуждались на 51 всероссийской, региональной, международной конференциях, в том числе: Международной научно-практической конференции «Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности», 26–27 апреля 2024, Екатеринбург: УрФУ; Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия», 5–6 февраля 2024, Москва: МГУ; Международной междисциплинарной научной конференции «Тайные смыслы и шифры в культуре–2023» (на материале русской и мировой культуры), 11–15 декабря 2023, Москва: РАНХиГС; Международной научно-практической конференции «Межпоколенческие коммуникации: актуальные вызовы», 11 декабря 2023, Москва: РЭУ им. Г. В. Плеханова; Международном научном форуме «Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения», 28 июня – 01 июля 2023, Санкт-Петербург: СПбГУ; Международной научно-практической конференции «Медиа как фактор адаптации человека к социальным, экономическим и политическим изменениям», 20–22 апреля 2023, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; IV научно-практической конференции РММIS «Медиатекст в новой технологической среде: достижения и проблемы», 13–16 марта 2023, Челябинск: ЧелГУ; Всероссийской научно-практической конференции «Вызов – XXI век», 22 декабря 2022, Челябинск: ЧелГУ, VII Международной научно-практической конференции «MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях

вынужденной метаморфозы», 22–24 ноября 2022, Челябинск: ЧелГУ; Международной научно-практической конференции «Междисциплинарный подход к изучению благополучия человека», 8–11 августа 2022, Бишкек: Кыргызско-Российский Славянский университет им. Б. Н. Ельцина; Международном научном форуме «Благополучие человека в условиях цифровой трансформации», 21–22 апреля 2022, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот», 15 апреля 2022, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Международном научном культурно-образовательном форуме «Евразия 2022: социально-гуманитарное пространство в эпоху глобализации и цифровизации, 7–8 апреля 2022 г., Челябинск: ЮУрГУ; XXIII Ясинской (Апрельской) международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, 5–8 апреля 2022, Москва: НИИ «Высшая школа экономики»; Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2021: творчество, профессия, индустрия», 3–5 февраля 2022, Москва: МГУ; VI Международной научной конференции «MEDIAОбразование: медиавключенность VS медиаизоляция», 23–24 ноября 2021, Челябинск: ЧелГУ; 13th International Media Readings in Moscow «Mass Media and Communications –2021», 18–19 ноября 2021, Москва: МГУ; Международной научно-практической конференции «Журналистика и общественные коммуникации в цифровом пространстве: создавая смыслы», 30 сентября – 1 октября 2021, Владивосток: ДВФУ; I научно-практической конференции «Пользовательский контент в современной коммуникации», 22–23 апреля 2021, Челябинск: ЧелГУ; Всероссийской конференции с международным участием «Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19», 19 апреля 2021, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; VI Международная научно-практическая конференция «Цифровые медиа для будущего», 6–9 апреля 2021, Москва: НИИ «Высшая школа экономики»; Международном научном вебинаре по теме «Identities and Effects of Different Generations on Media Content Production and Consumption in Russia», 2 февраля 2021, Упсала (Швеция): Institute for Russian and Eurasian Studies Университета Упсалы; Межвузовской научной конференции «Текст и речь в современном медиaprостранстве», 8 декабря 2020, Санкт-Петербург: СПбГИКиТ; научном международном семинаре «Моделирование межпоколенческой трансляции коммуникативно-культурной памяти в цифровой медиасреде», 5 декабря 2020, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Пятой международной научно-теоретической конференции «Коммуникационные тренды в эпоху постграмотности: полилингвизм, мультимодальность и поликультурность как предпосылки новой креативности», 26–28 ноября 2020, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Международной конференции «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» памяти академика А. И. Татаркина, 25–26 ноября 2020, Челябинск: ЧелГУ; Международной конференции «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации»,

17–18 сентября 2020, Челябинск: ЧелГУ; IAMCR 2020 Online Conference «Reimagining the Digital Future: Building inclusiveness, respect and reciprocity», 12–17 июля 2020, Тампере: International Association for Media and Communication Research (Финляндия); научном семинаре «Российская журналистика и межпоколенческие медиакommunikации, Russian Media Lab Network, 9 июня 2020, Хельсинки: Aleksanteri Institute (Хельсинки, Финляндия); Международной конференции «Профессиональная культура журналиста в эпоху социальных и технологических трансформаций медиасферы», 24 апреля 2020, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Международной конференции «Полилингвизм и поликультурность в эпоху постграмотности», 23 апреля 2020, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Международной научно-практической конференции «Медиаобразование, медиаэкология, медиаграмотность: цифровые медиа для будущего», 9 апреля 2020, Москва: НИИ «Высшая школа экономики»; научном семинаре «Особенности межпоколенческой коммуникации в цифровую эпоху», 4 декабря 2019, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; IV Международной научной конференции «MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство», 26 ноября 2019, Челябинск: ЧелГУ; Conference of the International Association for Languages and Intercultural Communication (IALIC) «Translating Cultures, Cultures in Translation», 20–22 ноября 2019, Валенсия: Университет Валенсии (Испания); IV Международной научно-теоретической конференции «Коммуникационные тренды в эпоху постграмотности: полилингвизм, мультимодальность, поликультурность», 8–9 ноября 2019, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Международной конференции «Technology, culture, and society in the Eurasian space», 23–25 октября 2019, Хельсинки (Финляндия): Финский центр изучения России и Восточной Европы Института Александери университета Хельсинки; Международной конференции «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации», 12–14 сентября 2019, Челябинск: ЧелГУ; 6th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts - SGEM 2019, 24 августа–1 сентября 2019, Албена: Sgem World Science (Болгария); III Международной конференции «Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы», 28–29 марта 2019, Челябинск: ЧелГУ; «MEDIAОбразование», 27 ноября 2018, Челябинск: ЧелГУ; Всероссийской научно-практической конференции «Медийно-информационная грамотность современного педагога» 30–31 октября 2018, Оренбург: ОГПУ; 5th International scientific conference on Social science & arts SGEM 2018, 24 августа–02 сентября 2018, Албена: SGEM World science (Болгария); Международной молодежной школе-семинаре «Тема экологии в повестке дня национальных медиа», 17 мая 2018, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Международной научно-практической конференции «Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста», 18 мая 2018, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина; Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи», 19 мая 2017, Екатеринбург: УрФУ им.

Б. Н. Ельцина; XVIII Апрельской конференции по проблемам развития экономики и общества, 10–13 апреля 2017, Москва: НИИ «Высшая школа экономики»; Седьмые Аркаимские чтения «Горизонты цивилизации», 24–27 мая 2016, Челябинск: ЧелГУ; II Международной научно-практической конференции «Журналистский текст в новой технологической среде», 17–20 апреля 2015, Челябинск: ЧелГУ; Международной научно-практической конференции «Гуманитарные аспекты современных массмедиа: проблемы, противоречия», 09–10 апреля 2015, Екатеринбург: УрФУ им. Б. Н. Ельцина.

Основные теоретико-прикладные аспекты диссертационного исследования были реализованы в программе гранта Российского научного фонда «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции» (2019–2021 гг., № 19-18-00264). По теме диссертации опубликовано 60 работ, из них 5 – в коллективных монографиях, 24 статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ, 12 – в изданиях, индексируемых в международных базах данных Scopus и Web of Science.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав (первая и третья главы содержат по три параграфа, вторая глава включает два параграфа), заключения, библиографического списка и 12 приложений. Диссертация включает 20 рисунков и 34 таблицы, 997 постраничных ссылок, 595 библиографических записей и 73 источника; 12 приложений содержат уточняющие материалы теоретической и практической частей диссертационного исследования. Объем диссертации без приложений составляет 485 страниц, общий объем работы – 655 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** описана и обоснована актуальность исследуемой в диссертации темы, указана степень ее научной разработанности в трудах российских и зарубежных ученых. Представлены объект и предмет исследования, определены цель и задачи, раскрыта теоретическая и методологическая основа исследования, научная новизна, представлены наиболее существенные научные результаты, выносимые на защиту. Обоснованы теоретическая и практическая значимость выполненного исследования, эмпирическая база, приведены результаты апробации проведенной работы.

Глава 1 «Медиапоколения: принципы выделения и сущностные характеристики» включает в себя три параграфа. В **первом параграфе «Медиапоколение как социокультурный феномен»** изучается феномен поколения с позиции социогуманитарных наук, выявляются его сущностные характеристики. Представления о медиапоколении как социокультурном феномене в журналистике формулируются на основе концепции поколений К. Маннхейма и теории медиа М. Маклюэна. Автором дается определение понятия *медиапоколение*, формулируются отличия медиапоколения от поколения, обозначаются количественные и качественные характеристики медиапоколения. Выявляется, что в условиях доинтернет-эпохи формативный

период поколения и медиапоколения начинался в раннем подростковом возрасте. В эпоху цифровизации формативный период поколений имеет тенденцию к увеличению, а медиапоколений – к сокращению, поэтому отмечается рассинхронизация этих периодов.

Во втором параграфе «Медиапоколение в контексте поколенческих концепций» делается обзор релевантных для диссертационного исследования поколенческих концепций XX–XXI в. ученых разных стран и определяется совокупность факторов, формирующих поколения. Дается представление о периодизации поколений. Делается вывод об уникальных страновых факторах, определяющих формативные периоды и длину поколений. Автором доказывается возможность применения англо-американской концепции поколений Н. Хау и У. Штрауса в отношении поколений эпохи цифровизации в других странах при условии дополнительных доказательств схожего уровня медийной техносферы. Формулируется прогноз о появлении в России новых цифровых поколений.

В исследовании утверждается значимость символического при определении причин сменяемости поколения, объективности в объяснении поколенческой динамики и поиска межпоколенческой чувствительности. Обосновывается, что ни одна из представленных поколенческих концепций не дает полного представления о смене медиапоколений. Доказывается, что цифровые технологии влияют на сокращение поколенческого шага по сравнению с периодом «медленных» изменений. Выявляется, что каждое новое поколение эпохи цифровизации формируется первично как медиапоколение, а впоследствии, нарабатывая социализационные механизмы и формируя ценностную картину мира на основе субъективного осмысления происходящего, обретает статус сформировавшегося поколения.

В третьем параграфе «Советские и российские медиапоколения в доцифровой период развития отечественных СМИ» на основе таких системных характеристик, как медиатехнологии (технические средств производства, доставки и приема), ключевые даты и основные сведения о развитии отечественных медиа, управляющие институции и профессионализация кадров, в результате анализа ритмов развития советских и российских медиа в сочетании с анализом возможностей и потребностей аудитории их использовать определяются формативные периоды медиапоколений печати, радио и телевидения в доцифровой и начальный цифровой периоды развития отечественной медиаиндустрии.

Глава 2 «Российские медиапоколения и коммуникативно-культурная память в эпоху цифровизации» включает два параграфа.

В первом параграфе «Концепция российских медиапоколений в ракурсе цифровизации» в разделе 2.1.1 «Технологический поворот от “аналогового” к “цифровому”» обобщается, как в результате кардинальной трансформации информационно-коммуникационных технологий и медиатизации жизни фундаментально изменились медиапрактики и структуры медиапотребления аудитории в результате внедрения цифровых технологий в производство массмедиа.

В работе «аналоговое» медиапоколение определяется как группа медиааудитории, формативный период которого совпал с существованием только СМИ аналогового периода, что определило приоритеты в медиаиспользовании и медиаповедении. Под «цифровым» медиапоколением понимается та аудиторная группа, формативный период которой совпал с развитием цифровых технологий в медиа, что определило практики медиаиспользования. Медиапоколение «цифровое пограничье» является промежуточным между «аналоговым» и «цифровым», его формативный период совпал с поворотной точкой от «аналогового» к «цифровому» – развитой системой СМИ аналогового периода и начальным периодом цифровизации в стране, с ценностным поворотом от советского к западно-ориентированному и глобальному.

В разделе 2.1.2 «Национально обусловленная специфика формирования медиапоколений в условиях цифрового сдвига» доказывается, что смена «аналоговых» и «цифровых» медиапоколений в России определяется спецификой медийно-технологического развития и особенностями внутривосточных региональных диспропорций в развитии и освоении цифровых медиатехнологий. Медийное неравенство российских территорий в диссертации представлено тремя полями: «медийный центр», «медийная полупериферия», «медийная периферия».

В разделе 2.1.3 «Сущностные характеристики медиапоколений» утверждается, что значимыми структурными категориями медиапоколения как феномена являются габитус (отражает предрасположенность к медиаиспользованию) и капитал медиаиспользования (устойчивый набор медиапредпочтений и медиапрактик).

На основе метода обоснованной теории доказывается, что «аналоговое» медиапоколение представляет собой аудиторную группу, в основе капитала медиаиспользования которой предпочтение СМИ прежде всего аналогового периода (радио, печать, телевидение) со стационарных устройств (телевизоры, десктопы, FM-радио); поиск поддержки в СМИ сформировавшихся ценностей советского периода; трудности в освоении передовых цифровых информационных технологий, нежелание их осваивать и дискретное применение их в повседневных практиках.

Медиапоколение «цифрового пограничья» представляет собой аудиторную группу, в основе капитала медиаиспользования которой предпочтение одновременного потребления медиа аналогового и цифрового периодов со стационарных устройств для обстоятельного знакомства с информацией, с мобильных устройств для короткой коммуникации; обладание амбивалентной идентичностью – советской и российской, что становится перспективой связующего звена между «аналоговым» и «цифровым» медиамирами; некоторые трудности в освоении современных информационных технологий, но применение их на постоянной основе в повседневных практиках.

Первое «цифровое» медиапоколение представляет собой аудиторную группу, в основе капитала медиаиспользования которого предпочтение

использовать телевизионные медиа аналогового периода на цифровых медиаплощадках и медиа цифрового периода на переносных медиаустройствах; следование ценностям постперестроечного российского общества, открытого к глобальному взаимодействию и медиа-использованию в цифровой медиасреде; стремление к нелинейности в использовании информации, предпочтение малых форм и горизонтальной сетевой медиакоммуникации.

Второе «цифровое» медиапоколение представляет собой аудиторную группу, основу капитала медиа-использования которой составляют: предпочтение использовать цифровые медиа на переносных медиаустройствах, следование ценностям сетевого глобального медиасообщества, стремление к постоянной самопрезентации и самовыражению в сети при сниженной потребности в безопасности, готовность к самостоятельному освоению передовых цифровых информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) и способность к рандомной, нелинейной и децентрализованной диалоговой медиакоммуникации, вовлеченность на постоянной основе в несколько видов разнообразной медиатеатральности, предпочтение малых форм и горизонтальной сетевой медиакоммуникации, способность к жизни в сети и «внутри» своего смартфона, стремление к медиакомфорту и благополучию.

Третье российское «цифровое» медиапоколение представляет собой аудиторную группу, у которой в основе поколенческого капитала медиа-использования в настоящее время – потребление всех доступных для них медиа. Поведенческие сценарии третьего «цифрового» медиапоколения формируются сейчас. С одной стороны, это эволюционирование развития и потребления медиатехнологий, а с другой – особая траектория развития, контуры которой только определяются в текущем моменте.

Во втором параграфе «Коммуникативно-культурная память медиапоколений как социокультурный феномен эпохи цифровизации и проблемы ее межпоколенческого трансфера» в разделе 2.2.1 «Уровни и форматы памяти» на основе обзора зарубежных и отечественных исследований доказывается, что биологически опосредованные индивидуальная и социальная памяти, рассматриваемые в данном исследовании через коммуникативную семантическую память, являются в большей степени «живой» памятью поколений и опираются как на автобиографические воспоминания о прожитой истории, так и на конвенции современников. Форматы символически опосредованной ступени коллективной памяти – культурная, политическая, историческая, национальная – являются в большей степени типами целенаправленной семантической памяти, сконструированными «волей» и опирающимися как на официально декларируемые мифологемы.

В разделе 2.2.2 «Трансформация представлений о памяти в условиях медиатизации» осмысливается, как цифровая эпоха изменила способы формирования и трансляции памяти, характер восприятия прошлого и его присутствия в настоящем, в целом способствовала трансформации

конфигурации памяти и переформатированию воспринимающей аудитории. В настоящее время феномен коллективной памяти рассматривается в научном дискурсе посредством концептов цифровой памяти, киберпамяти, медиапамяти. В контексте медиапоколенческой проблематики доказываем, что коммуникативный и культурный типы памяти медиапоколений, конструируемые и воспроизводимые посредством медиатехнологий в единой цифровой среде, различаются.

В разделе 2.2.3 «Коммуникативно-культурная память медиапоколений» обосновывается новая конфигурация памяти в условиях цифровизации – коммуникативно-культурная память медиапоколений, в основе которой динамика превращения коммуникативной памяти в культурную. В параграфе определяются горизонты коммуникативной памяти медиапоколений и содержание (символы) национально обусловленной, региональной культурной памяти медиапоколений. Доказываем, что коммуникативно-культурная память медиапоколений различается и представляет разные смещающиеся во времени поколенческие пласты медийной памяти.

В разделе 2.2.4. «Проблемы трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакоммуникации» утверждается, что в настоящее время цифровые медиа стали полноценными символическими медиаторами, которые через институциональную и неинституциональную журналистику создают новые, востребованные медиааудиторией мемориальные стратегии, ритуальные медиаакции по взаимодействию с прошлым. Однако существует проблема трансфера коммуникативно-культурной памяти в контексте преодоления «разрыва» в межпоколенческой коммуникации, которая идентифицируется на четырех уровнях: технологическом, средств коммуникации (значимых коммуникативных стратегий и тактик), ценностно-смысловых приоритетов, акторов межпоколенческой медиакоммуникации.

Глава 3 «Возможности межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти средствами журналистики» включает три параграфа. **В первом параграфе «Апробация концепции медиапоколений: выявление поколенческих групп» в разделе 3.1.1 «Сущностные характеристики медиапоколений: глубинные интервью»** доказываем, что поведенческие сценарии «аналогового» медиапоколения (капитал медиа-использования) включают линейность и последовательность в восприятии информации; предпочтение крупных форм (фильмов, программ), обстоятельной «длинной коммуникации»; понимание вертикальной коммуникации федеральных и региональных СМИ и согласие с предлагаемой населению официальной информационной повесткой; предпочтение выбирать знакомые и похожие медиапрактики в ущерб новым, использовать мобильные сотовые устройства прежде всего как средство связи. Территориальная локализация этой аудитории СМИ имеет большое, но не решающее значение, поскольку поколенческая культура достаточно прочно зафиксирована СМИ еще в формативный период. На периферийных территориях медиапрактики

являются наиболее традиционалистскими в силу сохранности ценностных поведенческих моделей позднесоветского периода, а новые цифровые медиатехнологии используются не для освоения принципиально новых возможностей, а преимущественно для повышения качества прежних, понятных, поколенческих медиапрактик.

Поведенческие сценарии «цифрового пограничья» (капитал медиа-использования): линейность и последовательность в восприятии информации; предпочтение разных медиаформатов – крупных / длинных в официальных СМИ и малых / коротких в социальных медиа; понимание вертикальной коммуникации официальных СМИ и способность к горизонтальной коммуникации, свойственной для социальных сетей. Территориальная локализация этой аудитории имеет значение. Аудитория с периферийных территорий в наибольшей степени зафиксировала и сохранила ценности советского периода, продолжает пользоваться «аналоговыми» СМИ. Медиагруппа, проживающая в мегаполисах, наиболее восприимчива и к ценностям периода Перестройки, и к освоению цифровых способов медиакommunikации. «Цифровое пограничье» готово к цифровому разнообразию, к освоению ИКТ для качественного выполнения профессиональных задач, но не стремится освоить сложные цифровые устройства самостоятельно, предпочитая в этом вопросе обращаться за помощью к более компетентным в этих вопросах младшим медиапоколениям.

Поведенческие сценарии первого «цифрового» медиапоколения (капитал медиа-использования) включают стремление к нелинейности в использовании информации, предпочтение малых форм и горизонтальной сетевой медиакommunikации, стремление к освоению и использованию передовых цифровых медиатехнологий, предпочтительность мобильных девайсов в повседневных медиакommunikациях. Территориальная локализация медиапоколения не имеет решающего значения, поскольку при наличии устойчивого Интернета и современных мобильных устройств различия в использовании медиа постепенно нивелируются. Однако медиааудитория с периферийных территорий чаще использует СМИ аналогового периода по сравнению с аудиторией медиacentров и медиаполупериферии, предпочитающей сетевые цифровые медиа и социальные сети. Первое «цифровое» медиапоколение готово к цифровому разнообразию, к освоению ИКТ для качественного выполнения профессиональных задач и при возможности стремится освоить все новые и новые устройства.

Поведенческие сценарии (капитал медиа-использования второго «цифрового» медиапоколения) – это нелинейность потребления информации и горизонтальность коммуникации (на равных, без иерархии); предпочтение малых текстовых форм. Территориальная локализация медиапоколения не имеет решающего значения, поскольку Интернет и условия медиаэкипированности делают различия в использовании медиа незначительными: периферийная медиааудитория, особенно финансово незащищенная, чаще использует СМИ аналогового периода, а аудитория мегаполисов, в свою

очередь, более активно используют сетевые цифровые медиа, особенно социальные сети. Второе «цифровое» медиапоколение успешно «живет» в глобальном цифровом мире, готово к его развитию и к дальнейшему освоению новых технологий

В разделе 3.1.2 «Концепт “медийный центр-медийная периферия” и разработка представлений об отечественных медиапоколениях» тестируются представления о медийном центре, медийной полупериферии и медийной периферии на территориях всех субъектов Уральского федерального округа и доказывается применимость концепта «медиацентр – медиапериферия» при разработке представлений о медиапоколениях в условиях медийного неравенства российских регионов, возможности экстраполяции полученных результатов, как минимум, на территории со схожими экономико-географическими характеристиками.

В разделе 3.1.3 «Сущностные характеристики медиапоколений: массовый опрос» апробируется концепция российских медиапоколений на массовой выборке респондентов Уральского федерального округа. Результаты социологического исследования показали сходство с результатами глубинных интервью. Сравнение данных качественного и количественного исследования позволяет конкретизировать типичные характеристики медиапоколений и сформулировать причины нетипичных спецификаций медиапоколений.

Во втором параграфе «Лексика и тематические доминанты “аналогового” и “цифрового” медиапоколений в медиа» в разделе 3.2.1 «Алгоритм выявления лингвоспецифической лексики и тематических доминант в медиатекстах (2018-2019 гг.), ориентированных на «аналоговые» и «цифровые» медиапоколения» в ходе лексико-статистического анализа выявляется наиболее частотная и «сильная» лексика, формируется представление о лингвоспецифической лексике медиапоколений, характеризуются семантические «портреты» медиапоколений, воспроизводящие их коммуникативно-культурную память. Сопоставление «портретов» становится основанием для рассуждений об уникальности и общих характеристиках поколенческой языковой материи.

В разделе 3.2.2 «Трансформация лингвоспецифической лексики и тематических доминант медиапоколений в условиях СВО (2022 г.)» исследуется контент институциональных и неинституциональных медиа, ориентированный на «аналоговое» и «цифровое» медиапоколения. На основе анализа полученных лексико-семантических групп медиапоколений выявляются зоны стабильности и подвижности речевого поведения институциональных и неинституциональных журналистов в текстах, ориентированных на разные медиапоколения, связанных с изменением во внешней и внутренней политике страны.

Сравнение семантических «портретов» медиапоколений в динамике 2019–2022 гг. показывает, что наименее изменилась лексика «цифровых» медиапоколений. Постоянными особенностями оказались: сниженный интерес к историческому прошлому, концентрация интересов развития на

городах, ментальная связь с определенным пространством-территорией, ценность дружеской поддержки, включенность в глобальную международную повестку, предпочтение коммуникации через сетевые медиа, страх ограничения свобод, значимость времени как ресурса, осознанный подход к жизни. Изменения, маркирующие «цифровые» медиапоколения в 2022 г., выглядят так: укрепление родственных отношений; изменения в школьной образовательной программе; большее внимание здоровью; ценность навыков преодоления страха, минимизации опасностей, способности переносить страдания, в том числе физическую боль; ценность душевной стойкости и смелости в экстремальных ситуациях.

В семантических портретах «аналогового» медиапоколения сократилось число значимых тем в официальных информационных источниках, увеличился объем военной лексики, связанной с проведением СВО, а конкретно – с объявлением частичной мобилизации. Сохранилась принципиально включенная позиция медиапоколений по отношению к событиям в стране, понимание значимости государственной поддержки. Появилась тема финансов как тревожащая, так и компенсирующая.

Анализ показывает, что в 2022 г. разрыв между медиапоколениями увеличился. В 2019 г. медиапоколения существовали в частично пересекающихся медиамирах, противоречия между ними не имели конфликтного характера в силу отсутствия глобальных травмоопасных факторов. В 2022 г. при наличии единого глобального трансформирующего фактора – проведение СВО и частичной мобилизации, который, безусловно, осмысливается всеми как события, связанные с военными действиями, «аналоговое» медиапоколение проявляет большую деятельную включенность, а «цифровое» артикулирует скорее оборонительно-рефлексирующую позицию, стремясь воспроизводить привычные поколенческие паттерны.

Результаты позволяют обнаружить трансформации языковой способности медиапоколений, заметить сдвиги в области семантики на уровне словоупотребления и поколенческого смыслостроения, сделать выводы о фиксации и перестраивании языковой материи, поколенческой картины мира под влиянием глобально-трансформирующих событий. В исследовании отмечаются подвижные зоны, которые свидетельствуют о динамике семантической системы медиапоколений и могут быть использованы для организации межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти. Это темы *человека в центре события, семьи, здоровья человека, поддержки, ментальной связи с территорией, местной идентичности.*

В разделе 3.2.3 «Отличия в “портретировании” медиапоколений и медиаплощадки трансфера коммуникативно-культурной памяти в медийно-центральных и медийно-периферийных территориях» на основе количественных методов исследования доказывается, что площадками трансфера коммуникативно-культурной памяти могут быть сообщества местных медиа в социальных медиа. Корневые отношения людей, живущих вместе, думающих вместе, можно рассматривать как потенциал для межпоколенческого диалога. В ходе лексико-статистического анализа

выявляется, что типичная лексика медиапоколений в медийно-центральных и медийно-периферийных российских территориях может не совпадать.

В третьем параграфе «Механизм и модель трансфера коммуникативно-культурной памяти медиапоколений в межпоколенческой медиакоммуникации» характеризуется механизм трансфера коммуникативно-культурной памяти между медиапоколениями, включающий совокупность действий акторов по интенционному воспроизведению семантически оформленных смыслов и символов в журналистских материалах через востребованные медиапоколениями средства и способы медиации в пространстве поля коммуникативной памяти медиапоколений. Процессная модель межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти медиапоколений включает взаимодействие трех субъектов коммуникации – «аналогового», «цифрового» медиапоколений и медиапоколения «цифрового пограничья»; три способа трансфера опыта – сочетание постфигуративного, кофигуративного и префигуративного поколенческого взаимодействия; три этапа трансфера коммуникативно-культурной памяти: цифровые медиатехнологии, поколенческие медиапрактики, смыслы и символы коммуникативно-культурной памяти.

В **Заключении** представлены комплексные выводы по всем разделам диссертационного исследования, а также указаны научные и практические направления дальнейших изысканий по данной теме.

В ходе исследования решен ряд задач, что в совокупности обеспечило достижение заявленной цели:

1. Анализ различных методологических подходов социогуманитарных наук позволил определить, что основанием для концептуализации феномена медиапоколения является социокультурный подход.

2. На основе концепции поколений К. Маннхейма и теории медиа М. Маклюэна сформулированы представления о медиапоколении как о социокультурном феномене. Дано определение категории *медиапоколение*, сформулированы различия понятий *медиапоколение* и *поколение*, обозначены количественные и качественные характеристики медиапоколения. Выявлено, что медиа являются в некотором смысле мета-принципом, влияющим на смену медиапоколений в той или иной информационной культуре общества. Установлено наличие рассинхронизации формативных периодов поколения и медиапоколения в эпоху цифровизации.

3. Определена применимость разработанных типологий поколений для выделения периодизации медиапоколений. Сделан вывод об уникальных страновых факторах, определяющих формативные периоды и длину поколений. Выявлена значимость символического при определении причин сменяемости поколения, объективности в объяснении поколенческой динамики и поиска межпоколенческой чувствительности. Обосновано, что ни одна из изученных типологий не дает полного представления о смене отечественных медиапоколений. Доказано, что цифровые технологии влияют

на сокращение поколенческого шага по сравнению с периодом «медленных» изменений.

4. Выявлены «аналоговые» медиапоколения радио, печати и телевидения на основе анализа системных характеристик: медиатехнологии, ключевые даты и основные сведения о развитии отечественных медиа, управляющие институции и профессионализация кадров. Определены формативные периоды медиапоколений в доцифровой и начальный цифровой период развития отечественной медиаиндустрии.

5. Разработана концепция медиапоколений на основе изучения динамики освоения и использования российскими аудиторными медиагруппами цифровых технологий, внедрения информационно-коммуникационных технологий в производство отечественных медиа. В процессе разработки концепции уточнена национально обусловленная специфика формирования медиапоколений в России, связанная с особенностями перехода от аналоговых к цифровым способам медиапотребления и медиапроизводства, с региональным медийным неравенством в Российской Федерации. Выявлены следующие поколенческие группы: «аналоговое» медиапоколение, медиапоколение «цифрового пограничья», первое, второе и третье «цифровые» медиапоколения. На основе метода обоснованной теории сформулированы сущностные характеристики медиапоколений. Совокупность характеристик медиапоколений обобщена на основе понятий габитуса и капитала медиа-использования.

6. Изучена проблема памяти в медиатизированном цифровом обществе и концептуализирован феномен коммуникативно-культурной памяти медиапоколений, определены её сущностные характеристики и отличия коммуникативно-культурной памяти разных медиапоколений. В выявленной новой конфигурации памяти социальный уровень памяти (коммуникативная память) обеспечивает межличностный и межпоколенческий контакт через приватную и публичную семантическую память, в том числе с помощью медиа. В ходе взаимодействия актуализируются настоящее и прошлое в повседневных интеракциях. Культурный уровень памяти обеспечивает транспоколенческий контакт через воспоминания-символы в цифровой медиасреде, который имеет свойства ритуала и церемониальной коммуникации на формализованном языке (официальная семантическая память). Коммуникативно-культурная память медиапоколений различается в связи с различающимися горизонтами коммуникативной памяти, соответственно, с несовпадающими объемами культурной памяти. Смыслы, символы коммуникативно-культурной практики и практики медиа-использования являются устойчивыми для конкретных медиапоколений.

7. Уточнена роль журналистики в медиации коммуникативно-культурной памяти. Выявлено, что медиа являются носителем, средой, опорой коммуникативно-культурной памяти. Посредством институциональной и неинституциональной журналистики создаются новые, востребованные

медиааудиторией мемориальные стратегии, ритуальные медиаакции по взаимодействию с прошлым.

8. Проблемы трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой коммуникации проявляются на четырех уровнях: технологическом, коммуникативном (стратегий и тактик), ценностно-смысловом и уровне акторов межпоколенческой медиакоммуникации.

9. Конкретизированы представления об «аналоговых», «цифровых» медиапоколениях и медиапоколении «цифрового пограничья» в ходе эмпирической проверки авторской концепции с использованием опросных методов исследования медиапоколений и лексико-статистического анализа массивов медиатекстов. Схожие результаты качественного и количественного исследований доказали применимость концепции российских медиапоколений в исследовательском дискурсе. Выявлены типичные характеристики медиапоколений и сформулированы причины нетипичных спецификаций медиапоколений.

10. В ходе лексико-статистического анализа корпусов текстов «аналоговых» и «цифровых» медиапоколений выявлена приоритетная лексика и разработаны семантические «портреты» медиапоколений. Результаты позволили обнаружить трансформацию языковой способности медиапоколений, изменения в области семантики на уровнях словоупотребления и поколенческого смыслостроения под влиянием глобально-трансформирующих событий. Уточнены темы, которые могут быть использованы для организации межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти. Доказано, что местные медиа имеют потенциал площадок для межпоколенческой медиакоммуникации.

11. Описан механизм и разработана модель трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакоммуникации средствами журналистики. Межпоколенческий трансфер коммуникативно-культурной памяти предполагает совместное творчество по конструированию технологии и способов обмена смыслами и опытом между поколениями посредством медиа.

В результате решения этих задач была достигнута поставленная цель работы, для урегулирования проблемы межпоколенческого трансфера коммуникативно-культурной памяти в цифровой среде посредством журналистики выявлены связующие темы, медиаплощадки, описан собственно механизм и разработана модель трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой медиакоммуникации.

Перспективы исследования автор связывает с несколькими направлениями:

1. Операционализация представлений о капитале медиа-использования «аналогового» медиапоколения, медиапоколения «цифрового пограничья», первого, второго и третьего «цифровых» медиапоколений.
2. Проведение сравнительных исследований в регионах Российской Федерации по уточнению национальных сил влияния, приводящих к

- неравенству медийно-центральных и медийно-периферийных территорий и влияющих на становление российских медиапоколений цифровой эпохи.
3. Проведение сравнительных исследований в Российской Федерации по конкретизации культурно-исторической памяти регионов, мест и символов памяти, фундирующих коммуникативно-культурную память медиапоколений.
 4. Проведение исследований по дополнению системы представлений о механизме и смоделированных практиках трансфера коммуникативно-культурной памяти в межпоколенческой цифровой медиакоммуникации.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ

Научные статьи в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России (в том числе включенных в наукометрические базы цитирования Scopus и Web of Science)

1. Сумская А. С. Продюсерские телевизионные проекты провинциального мегаполиса // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2014. № 2(38). С. 102–108. (0,93 п. л.)
2. Сумская А. С. «Выбирайтесь своей колеей», или о проблемах воспроизводства региональной медиаотрасли в условиях информационной культуры современности // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2015. № 3(43). С. 51–59. (1,04 п. л.)
3. Сумская А. С. Теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных проектов // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5(360). С. 337–343. (0,7 п. л.)
4. Сумская А. С. Трансмедиа storytelling в маркетинговых PR-коммуникациях // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 13. С. 117–124. (0,93 п. л.)
5. Сумская А. С., Сумской П. Ф. Моделирование теленовостей в контексте информационной политики телеканала // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. № 4. С. 581–598. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(4).581-598. (2,09 п. л. / 1,09 п. л.). *Web of Science*
6. Сумская А. С. Алгоритмизация и персонализация контента для русскоязычных миллениалов // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2018. № 1. С. 62–71. (1,16 п. л.)
7. Сумская А. С., Саймонс Г. Концепция «моральной паники» в современной медиареальности России и Запада: опыт восприятия с позиции коммуникативно-культурной памяти // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 3. С. 184–196. (1,5 п. л. / 1,0 п. л.)

8. Сумская А. С. Моделирование типажей телеведущих при продюсировании форматных проектов // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 1. С. 72–79. (0,93 п. л.)
9. Sumskaya A. S., Solomeina, V. G. Screen Technologies Of Broadcating Symbolic Capital Of The Urals, Russia's Median Region // The European proceedings of social & behavioural sciences epsbs, Chelyabinsk, 28–29 March 2019 / Conference Chair(s): V. Buchel'nikov, M. Zagidullina. Vol. 66. Chelyabinsk: Published by the Future Academy, 2019. P. 416–423. DOI 10.15405/epsbs.2019.08.02.48. (0, 93 / 0,45 п. л.). *Web of Science*
10. Sumskaya A. S., Sumskoi P. F. Multimedia And Transmedia Storytelling Forming “Spiritual Ties” Between Russian Generations // The European proceedings of social & behavioural sciences epsbs, Chelyabinsk, 28–29 March 2019 / Conference Chair(s): V. Buchel'nikov, M. Zagidullina. Vol. 66. Chelyabinsk: Published by the Future Academy, 2019. P. 406–415. DOI 10.15405/epsbs.2019.08.02.47. (1,16 п. л. / 0,60 п. л.). *Web of Science*
11. Саймонс Г. Д., Мухин, М. Ю, Олешко, В. Ф., Сумская, А. С. Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы ее межпоколенческой трансляции: методика междисциплинарного исследования // Коммуникативные исследования. 2019. № 4. С. 920–939. DOI 10.24147/2413-6182.2019.6(4).906-939. (2,32 п. л. / 1,0 п. л.).
12. Сумская А. С., Сумской П. Ф. Истории о россиянах в англоязычных медиа: конструирование национально-гражданской идентичности // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 3. С. 585–607. DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(3).585-607. (2,67 п. л./ 1,33 п. л.) *Web of Science*
13. Сумская А. С., Свердлов С. А. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: роль коммуникативно-культурной памяти в трансформации медиапрактик // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2019. № 3. С. 32–48. (1,97 п. л./ 1,38 п. л.).
14. Сумская А. С., Сумской П. Ф. Продюсирование телевизионных и видеопроектов «цифровым» медиапоколением // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 4. С. 73–82. (1,27 п. л./ 0,63 п. л.).
15. Simons G., Mulin M., Oleshko V., Sumskaya A. The concept of interdisciplinary research on intergenerational transmission of communicative and cultural memory1 // World of Media. 2021. Vol. 1. P. 64–91. DOI 10.30547/worldofmedia.1.2021.3. (3, 25 п. л. /1, 62 п. л.). *Scopus*
16. Сумская А. С., Сумской П. Ф. Тематические приоритеты и перспективы межпоколенческой медиакоммуникации // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. № 2. С. 5–21. DOI 10.15826/izv1.2021.27.2.026. (1,97 п. л./ 1,37 п. л.).
17. Мухин М. Ю, Сумская А. С. Модель межпоколенческой трансляции коммуникативно-культурной памяти в условиях цифровой медиасреды // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4(42). С. 53–65. DOI 10.47475/2070-0695-2021-10406. (1,5 п. л./ 1,0 п. л.)

18. Sumskaia A., Solomeina V. Russian media generation of the “digital borderline”: Theoretical reflection and empirical verification // *World of Media*. 2022. Vol. 4. P. 68–96. DOI 10.30547/worldofmedia.4.2022.4. (3, 36 п. л. / 2, 35 п. л.) *Scopus*.
19. Сумская А. С. «Цифровые аборигены» как новое российское «потерянное поколение»? // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2022. № 2. С. 171–183. DOI 10.47475/2070-0695-2022-10221. (1,5 п. л.)
20. Сумская А. С. Пользовательская активность российского медиапоколения «цифрового пограничья» // *Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры*. 2022. № 3. С. 35–44. DOI 10.15826/izv1.2022.28.3.043. (1,16 п. л.)
21. Sumskaia A., Solomeina V. Intercultural Sensitivity and Communicative-Cultural Memory in the Media-Communications Development // *Competitiveness and the Development of Socio-Economic Systems: Proceedings of the IV International Scientific Conference, dedicated to the memory of Alexander Tatarkin. Series: European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, Chelyabinsk, 25–26 November 2020. Vol. 105. Chelyabinsk: ISO LONDON LIMITED. European Publisher, 2020. P. 1202–1212. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.04.127> (1,27 п. л. / 0, 63 п. л.). *Web of Science**
22. Соломеина В. Г., Сумская А. С. Восприятие мультимедийных сторителлингов познавательной тематики «цифровым» медиапоколением // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2020. № 4. С. 158–169. DOI 10.24411/2070-0695-2020-10418. (1,4 п. л. / 0,7 п. л.)
23. Сумская А. С. Медиапоколение «цифрового пограничья» как фронт в информационно-коммуникативном пространстве эпохи цифровизации // *Этнографическое обозрение*. 2023. № 5. С. 194–210. DOI 10.31857/S0869541523050123. (1,97 п. л.) *Scopus*.
24. Sumskaia A. S. “Lost” Russian Media Generations in a Changing Social and Digital Environment // *Changing Societies & Personalities*. 2023. No. 1. P. 88–112. DOI 10.15826/csp.2023.7.1.220. (2, 9 п. л.) *Scopus, Web of Science*.

Монографии

25. Сумская А. С., Сумской П. Ф. «Нам море по колено и горы по плечо», или О востребованности журналистов-печатников в современной цифровой медиаиндустрии // *Судьба печатной прессы в эпоху Интернета*. Челябинск: ЧелГУ, 2018. С. 140–149. (0,6 п. л. / 0, 3 п. л.)
26. Сумская А. С. Журналистские трансмедийные истории: опыт производства в условиях университетской творческой лаборатории // *Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций*. Екатеринбург: УрФУ, 2020. С. 212–229. (1,04 п. л.)
27. Межпоколенческая трансляция коммуникативно-культурной памяти в эпоху цифровизации / Г. Д. Саймонс, М. Ю. Мухин, В. Ф. Олешко, А. С. Сумская [и др.]. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2021. 204 с. (13,7 п. л. / 3,5 п. л.)

28. Sumskaya A. S., Simons G., Solomeina V. G. Media Generations of the Russians in the Digital Media Environment: Opportunities for Intergenerational Communication // *Internet in the Post-Soviet Area: Technological, Economic and Political Aspects*. Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2023. P. 161–182. https://doi.org/10.1007/978-3-031-32507-6_8 (1,28 п. л./ 0,8 п. л.). *Scopus*
29. Simons G. D., Sumskaya A. S. Introduction // *Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia's Provinces*. Абингдон: Routledge United Kingdom, 2022. P. 1–16. (0, 98 п. л. / 0, 49 п. л.). *Web of Science*
30. Sumskaya A., Solomeina V. Perception of Thematic Multimedia Storytelling by the Digital Media Generation // *Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia's Provinces*. Абингдон: Routledge United Kingdom, 2022. P. 35–51. DOI: 10.4324/9781003266112-4 (0, 98 п. л. / 0, 49 п. л.). *Web of Science*

Другие публикации

31. Сумская А. С. Социальные сети как инструмент вовлечения в неvirtуальную (реальную) активность (на примере открытой группы социальной сети ВКонтакте «За сохранение березовой рощи в 18 мкр Челябинска») // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2012. № 9. С. 19–25. (0,81 п. л.)
32. Сумская А. С. Аудитория современного квалоида в условиях экономической рецессии (на примере общественно-политической газеты «Челябинский рабочий») // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2013. № 12. С. 60–66. (0,81 п. л.)
33. Сумская А. С. Культурная самоидентификация будущих журналистов как поселенцев «электронного пограничья», или Региональные телеканалы в восприятии будущих журналистов // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2015. № 1. С. 74–82. (1,04 п. л.)
34. Сумская А. С. Восприятие регионального телевидения будущими журналистами как отражение социокультурных реалий современности // *Челябинский гуманитарий*. 2015. № 2. С. 70–81. (1,39 п. л.)
35. Сумская А. С. Монетизация ТВ форматов: индустриальный подход // *Гуманитарные аспекты современных массмедиа: проблемы, противоречия: Материалы международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 09–10 апреля 2015 года*. Екатеринбург: УрФУ, 2015. С. 85–87. (0,17 п. л.)
36. Сумская А. С. Синтез лонгрида и лендинга – новый формат интерактивного повествования // *Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: Материалы международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года*. Екатеринбург: УрФУ, 2016. С. 130–134. (0,29 п. л.)

37. Сумская А. С. Стратегии творческого мышления специалистов массмедиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 4(21). С. 52–58. (0,93 п. л.)
38. Сумская А. С. К вопросу об отличиях профессионально-значимых способностей специалистов, ориентированных на медиатворчество в современной социокультурной среде // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 2. С. 60–68. (1,04 п. л.)
39. Сумская А. С., Сумской П. Ф. Продюсирование смыслов в интерпретативных сообществах // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3(25). С. 212–217. (0,58 п. л. / 0,30 п. л.)
40. Сумская А. С., Иванова Ю. С. Мультимедийные сторителлинги в российских СМИ // Медийно-информационная грамотность современного педагога: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Оренбург, 30–31 октября 2018 года / Составл. и научн. ред. О. М. Скибина, И. В. Жилавская. Ч. III. Оренбург: «Издательство “Оренбургская книга”», 2018. С. 348–354. (0,40 п. л. / 0,28 п. л.)
41. Sumskaaya A. Russian regional multimedia journalism (the case of the Ural region) // 5th international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM 2018: Conference proceedings, Albena, Bulgaria, August 26 – September 1, 2018. Vol. 5. Issue 4.1. Albena, Bulgaria: СТЕФ92 Технолоджи, 2018. P. 243–248. DOI 10.5593/sgemsocial2018/4.1/S16.031. (0,34 п. л.)
42. Sumskaaya A., Bobrova Ya. Media threats in the perception and evaluation of youth people // 5th international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM 2018: Conference proceedings, Albena, Bulgaria, August 26 – September 1, 2018. Vol. 5. Issue 4.1. Albena, Bulgaria: СТЕФ92 Технолоджи, 2018. P. 213–220. DOI 10.5593/sgemsocial2018/4.1/S16.027. (0,34 п. л. / 0,23 п. л.)
43. Sumskaaya A. Communicative and cultural memory and features of its intergenerational transmission: research methods // 6th SWS International Scientific Conferences on social sciences 2019: Conference proceedings, Albena, Bulgaria, August 26 – September 1, 2019. Vol. 6. Iss. 5. Albena, Bulgaria: СТЕФ92 Технолоджи, 2019. P. 129–136. DOI 10.5593/SWS.ISCSS.2019.5/S16.016. (0,46 п. л.)
44. Sumskaaya A., Lozovskaya A. «Analogue» and «digital» generation of mass media audience // 6th SWS International Scientific Conferences on social sciences 2019: Conference proceedings, Albena, Bulgaria, August 26 – September 1, 2019. Vol. 6. Iss. 5. Albena, Bulgaria: СТЕФ92 Технолоджи, 2019. P. 113–120. DOI 10.5593/SWS.ISCSS.2019.5/S16.014. (0,46 п. л. / 0,32 п. л.)
45. Сумская А. С., Лозовская А. И. Трансмедийные журналистские STORYTELLING: методика создания // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: Материалы IV международной научной конференции, Челябинск, 26–27 ноября 2019 г. / Сост. А. А. Морозова. Челябинск: ЧелГУ, 2019. С. 60–64. (0,29 п. л. / 0,20 п. л.)

46. Сумская А. С., Сумской П. Ф. Мультимедийный сторителлинг как инструмент формирования «духовных скреп» российской молодежи // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы: Сборник материалов III конференции РММИС (Post massmedia in the modern informational society), Челябинск, 28–29 марта 2019 года / Под общей ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: ЧелГУ, 2019. С. 320–324. (0,29 п. л./ 0,20 п. л.).
47. Сумская А. С., Соломеина В. Г. Экранные технологии трансляции символического капитала края «суровой культуры» для молодых россиян // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы: Сборник материалов III конференции РММИС (Post massmedia in the modern informational society), Челябинск, 28–29 марта 2019 года / Под общей ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: ЧелГУ, 2019. С. 316–320. (0,29 п. л. / 0,20 п. л.).
48. Сумская А. С., Соломеина В. Г. Восприятие мультимедийных проектов общественно-политической и развлекательной тематики «цифровым» медиапоколением // MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность: Материалы V Международной научной конференции, Челябинск, 24–25 ноября 2020 года / Под ред. А. А. Морозовой. Ч. 1. Челябинск: ЧелГУ, 2020. С. 393–397. (0,29 п. л./ 0,20 п. л.).
49. Sumskaya A. Representation of Symbolic Capital of Territories by Actors of Digital and Analogue Generations in Multimodal Texts // KnE Social Sciences: Fourth International Scientific Conference «Communication Trends in the Post-literacy Era: Multilingualism, Multimodality, Multiculturalism», Ekaterinburg, November 08–09, 2019. Vol. 4. Ekaterinburg: KNOWLEDGE E, OFF 4401, JUMEIRAH BAY X2 TOWER, JUMEIRAH LAKES TOWERS JLT, PO BOX 488239, DUBAI, U ARAB EMIRATES, 00000, 2020. P. 190–200. DOI 10.18502/kss.v4i2.6332. (1, 27 п. л.)
50. Sumskaya A., Sumskoy P., Solomeina V. Subcultures of the “Analogue” and the “Digital”: Prospects of Intergenerational Communication // Communication Trends in the Post-Literacy Era: Polylingualism, Multimodality and Multiculturalism As Preconditions for New Creativity. Ekaterinburg: Ural University Press, 2020. P. 550–572. DOI 10.15826/B978-5-7996-3081-2.38. (1,33 п. л./ 0,67 п. л.).
51. Сумская А. С. Маркеры коммуникативной памяти «аналогового» и «цифрового» поколений в городских медиа // Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем: Сборник аннотаций докладов IV Международной научной конференции памяти академика А. И. Татаркина, Челябинск, 25–26 ноября 2020 года / Под редакцией В. И. Бархатова, Д. А. Плетнева, О. В. Брижак, Г. П. Журавлевой. Челябинск: ЧелГУ, 2020. С. 271–272. (0,11 п. л.)
52. Сумская А. С. Медиапоколение «электронного пограничья»: сущностные характеристики // Медиация социальных и индивидуальных практик в цифровом обществе: журналистика и коммуникация в эпоху неопределенности: Abstracts the 13th International Media Readings in

- Moscow, Москва, 18–19 ноября 2021 года. Москва: МГУ, 2021. С. 200–201. (0,11 п. л.)
53. Сумская А. С. Концепт «родная земля» в понимании медиапоколения «электронного пограничья» // Журналистика и общественные коммуникации в цифровом пространстве: создавая смыслы: сборник материалов, Владивосток, 30 сентября – 01 сентября 2021 года. – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2021. – С. 183–190. (0,46 п. л.)
54. Сумская А. С., Соломеина В. Г. Роль эхо-медиапоколения в межпоколенческой коммуникации в условиях инфодемии COVID-19 // Региональная журналистика в новой коммуникационной среде: уроки пандемии COVID-19 : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Екатеринбург, 19–20 апреля 2021 года / сост. О. Ф. Автохутдинова. Екатеринбург: УрФУ, 2021. С. 160–162. (0,17 п. л./ 0,11 п. л.).
55. Сумская А. С. Проблемы трансфера национальной памяти россиян в межпоколенческой цифровой медиакоммуникации // Динамика медиасистем. 2022. Т. 2. С. 189–200. (0,63 п. л.)
56. Сумская А. С. К проблеме «потерянных» медиапоколений // Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Екатеринбург, 14–15 апреля 2022 года. – Екатеринбург: УрФУ, 2022. С. 90–92. (0,17 п. л.)
57. Сумская А. С. Моделирование межпоколенческой медиакоммуникации и трансляции коммуникативно-культурной памяти в цифровой среде // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия, Москва, 03–05 февраля 2022 года. Москва: МГУ, 2022. С. 323–324. (0,11 п. л.)
58. Сумская А. С., Сумской П. Ф. Любительская журналистика как ресурс трансфера коммуникативно-культурной памяти // Динамика медиасистем. 2023. № 1. С. 396–403. (0,46 п. л./ 0,23 п. л.).
59. Сумская А. С. Гуманистически ориентированный контент в локальных медиа: опыт лексико-статистического анализа // Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения: Сборник материалов ежегодного 62-го Международного научного форума. Санкт-Петербург, 28 июня – 01 июля 2023 года / Отв. редактор А. А. Малышев. Т. 1. СПб: «Медиапапир», 2023. С. 50–51. (0,11 п. л.)
60. Сумская А. С. «Медийный центр» и «медийная периферия»: опыт семантического «портретирования» // Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия, Москва, 05–06 февраля 2024 года. Москва: МГУ, 2024. С. 29–30. (0,11 п. л.)