

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию

Салиховой Елены Александровны

на тему «Использование игрового контента в

российских цифровых СМИ в 2020-2025 гг.»

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Диссертационное исследование Е.А. Салиховой посвящено изучению специфики использования игрового контента в российских цифровых СМИ. Актуальность исследования определяется функционированием медиаресурсов в условиях конкуренции за внимание аудитории, вызванной ростом влияния цифровых платформ. Автор справедливо отмечает, что «внимание становится главным дефицитным ресурсом» (с. 3 диссертации).

Автор обобщает основные факторы, определяющие активное внедрение игрового контента в цифровых СМИ, к которым относит: «цифровизацию и последовавшие системные изменения в медиаиндустрии, высокую конкуренцию за внимание в перенасыщенной цифровой среде, рост влияния на аудиторию цифровых платформ, снижение у аудитории интереса к новостям и переключение на эмоциональный и развлекательный контент, поиск редакциями стратегий взаимодействия с аудиторией, особенно с молодой аудиторией, гибридизация жанров» (с. 5 диссертации).

Диссертационное исследование Е.А. Салиховой опирается на серьезную теоретическую базу, охватывающую различные аспекты взаимодействия с аудиторией медиа, в том числе, проблематику инфотейнмента, вопросы медиатизации развлечений, аспекты воздействия игрового контента на аудиторию, его влияния на метрики медиаресурсов. Автор рассматривает работы, содержащие критику внедрения игрового контента в содержание цифровых СМИ.

Достоверность исследования не вызывает сомнения, она обусловлена использованием широкого массива эмпирических данных, проведенными экспертными интервью с представителями редакций цифровых СМИ и опроса студенческой молодежи относительно их восприятия игрового контента.

Научная новизна исследования Е.А. Салиховой несомненна. Работа расширяет сложившиеся представления о функционировании современных цифровых СМИ в условиях конкуренции за внимание аудитории. Игровой контент выступает инструментом конкурентной борьбы, удовлетворяя развлекательный запрос аудитории. Автором впервые был обобщен опыт использования игрового контента редакциями российских цифровых СМИ. На основе экспертных интервью с представителями редакций цифровых СМИ были определены причины активного использования игрового контента. Автором разработана типология игрового контента в цифровых СМИ, которая базируется на различных основаниях классификации («реализация функций журналистики», «тип заказчика игрового контент», «формат контент», «тип использования», «реализация бизнес-задач»), определены наиболее частотные форматы игрового контента.

Практическая ценность данного исследования заключается в возможности использования полученных результатов в практике редакций цифровых СМИ при построении эффективных стратегий взаимодействия с аудиторией. Предложенная типология игрового контента может быть использована в преподавании профильных учебных курсов по направлениям подготовки «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью».

Структура диссертационной работы Е.А. Салиховой отражает цели исследования, каждая из 3 глав ориентирована на решение поставленных исследовательских задач, обладает смысловой завершенностью.

Исследование открывается рассмотрением теоретических подходов к изучению игрового контента. Автор обобщает взгляды исследователей, по

мнению которых использование игрового контента связано с расширением рекреативного потенциала цифровых СМИ, во многом обусловленного экономическими факторами, коммерциализацией СМИ.

Вторая глава исследования «Опыт российских цифровых СМИ по созданию игрового контента» раскрывает подходы к созданию игрового контента в редакциях российских цифровых СМИ. Глава базируется на результатах проведенного эмпирического исследования – 13 экспертных интервью представителей российских цифровых СМИ. Экспертные интервью охватывали 3 центральные проблемы, связанные с подходами к типологизации игрового контента, спецификой производства различных форматов игрового контента и выявлением показателей эффективности использования игрового контента в цифровых СМИ. Автор указывает на ключевое отличие игрового контента от других мультимедийных материалов СМИ. Данное отличие заключается в соединении текста, содержащего мультимедийные элементы, с игровым взаимодействием. Под игровым взаимодействием, в свою очередь, понимается включение игровых элементов или игрового подхода в медиаконтент без использования полноценных игровых механик. В главе обобщен и представлен опыт редакций российских цифровых СМИ по созданию игрового контента. Во второй главе автор предлагает типологию игрового контента в российских цифровых СМИ по ряду оснований: реализация функций журналистики, тип заказчика игрового контента, формат контента, тип использования, реализация бизнес-задач (с. 73 диссертации).

В третьей главе «Воздействие игрового контента в цифровых СМИ на студенческую аудиторию» представлены результаты эмпирического исследования (380 респондентов – студентов вузов разной направленности), призванного оценить характер воздействия игрового контента в цифровых СМИ на студенческую аудиторию. Исследование показало, что вовлеченность является ключевым мотивом потребления контента студенческой аудиторией. Аудитория опрошенных высоко оценивает

потенциал подачи в игровом формате развлекательного контента, в то же самое время половина опрошенных считают неуместным использование игровых форматов в информационном содержании. Важным заключением является вывод автора о ценности игрового контента в привлечении молодой аудитории, повышении метрических показателей цифровых медиаресурсов, укреплении репутации ресурса.

В заключении представлены основные выводы автора. Библиографический список, состоящий из 249 источников, в полной мере отражает сформировавшийся корпус работ отечественных и зарубежных исследователей по проблематике игрофикации контента.

Автореферат диссертации Е.А. Салиховой в полной мере отражает сущность работы и полученные результаты, по объему и содержанию соответствует требованиям Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

В целом, исследование отличается структурной четкостью, корректностью формулировок и точностью представленных результатов. Сформулированные во введении задачи автором решены и цель достигнута. Положения, выносимые на защиту, не вызывают возражений. Работа обладает несомненной новизной, самостоятельностью и значительным потенциалом как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Вместе с тем хотелось бы задать автору исследования ряд вопросов.

1. В работе представлено исследование, построенное на экспертном интервью представителей 13 российских цифровых СМИ, из которых по форме собственности 3 – государственные, 10 – частные. Наблюдается ли зависимость между степенью внедрения игрового контента в материалы цифрового СМИ и принадлежностью ресурса к организации государственной или частной формы собственности? Связана ли интенсивность использования игрового контента с коммерческой составляющей функционирования цифрового СМИ?

2. Учитывались ли особенности восприятия игрового контента аудиторией в зависимости от платформы его распространения (мобильные устройства, стационарный компьютер)?

3. Можно ли говорить о брендированном игровом контенте как о современном формате нативного продвижения, предполагающего, прежде всего, вовлечение в потребление контента, а не навязчивое стимулирование покупки товара или услуги?

Эти вопросы связаны с искренним интересом, который вызывает представленное к защите исследование, и ни в коей мере не умаляют его значимости.

Особого внимания заслуживает апробация полученных результатов. Отдельные положения работы были представлены на российских и международных научно-практических конференциях, результаты исследования представлены в ведущих профильных научных изданиях («Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», «Меди@льманах», «Мадископ», «Вестник Томского государственного университета. Серия: Филология» и т.д.).

Диссертация отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова к работам подобного рода. Содержание диссертации соответствует специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (по филологическим наукам), а также критериям, определенным пп. 2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова. Диссертационное исследование оформлено согласно требованиям Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Таким образом, автор диссертации «Использование игрового контента в российских цифровых СМИ в 2020–2025 гг.» Елена Александровна Салихова заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Официальный оппонент:

доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры журналистики, рекламы и связей
с общественностью факультета массовых коммуникаций
и креативных индустрий
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина»

Андрей Васильевич Прохоров

24.04.2026

Контактные данные:

тел.: 7 (910) 752 15 92, e-mail: prohorov@tsutmb.ru
Специальность, по которой официальным оппонентом
защищена диссертация:
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Адрес места работы:

392000, Тамбовская область, г. Тамбов, ул. Интернациональная, д. 33,
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет
имени Г.Р. Державина»
Тел.: +7 (4752) 72-34-40; e-mail: post@tsutmb.ru
Адрес официального сайта: <https://tsutmb.ru>

Подпись сотрудника ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет
имени Г.Р. Державина» А. В. Прохорова удостоверяю:

Директор многофункционального центра
Управления кадрового сопровождения

Лидия Евгеньевна Понафидина
24.04.2026