

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе

АНО ВО «Институт современного искусства»

Ю.Е. Соколов

« 30 » января 2025 г.



## ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

о диссертации

Цагарейшвили Северьяна Александровича «Специфика медиакоммуникаций в сфере оперного искусства в эпоху цифровизации», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) в Диссертационный совет ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

В настоящее время в контексте расширения цифрового пространства и возможностей интернет-сферы современные медиакоммуникации в сфере культуры и искусства привлекают к себе исследовательский интерес. Продолжая данное направление исследований, автор обращается к вопросам изучения специфики медийной коммуникации в контексте крайне важной для российского общества темы освещения событий в оперном искусстве.

Северьян Александрович Цагарейшвили находит новый ракурс рассмотрения данного вопроса через анализ коммуникационной деятельности и её публицистического инструментария в онлайн-пространстве ведущих мировых театров: Государственного академического Большого театра России, Московской государственной академической филармонии и миланского оперного театра Ла Скала. Всё это действительно определяет **актуальность** данного исследования для научного осмысления журналистики, медиакоммуникаций и жанровой системы цифровой трансформации современных медиатекстов.

Соискатель успешно разделяет предмет и объект исследования, обозначая объектом медиакоммуникации в сфере искусства в эпоху цифровизации, и определяя предметом специфику медиакоммуникации в сфере оперного искусства в эпоху цифровизации, состоящую в трансформации традиционных жанровых форм журналистики в процессе синтеза с дигитальными технологиями. Временной промежуток в четыре года позволил собрать достаточную эмпирическую базу для получения достоверных и объективных результатов.

Логичность и чёткость формулировок, свидетельствующие о ясности научной мысли, проявляются в формулировке темы и её дальнейшем развитии при постановке цели и задач.

Определение цели ограничивает поле исследования и намечает направленность изучения темы и образ предполагаемого результата.

Потребность определения специфики медиакоммуникаций оперных театров в эпоху цифровизации в контексте влияния дигитальных возможностей медиатекстов на успешность театрального брендинга с целью привлечения аудитории определила набор и



последовательность необходимых задач в рамках трёхчастной структуры диссертационной работы.

Первоначально соискатель обращается к рассмотрению медиакоммуникационной репрезентации современного оперного искусства, что создает базу для решения двух последующих задач, состоящих в классификации медиакоммуникационных инструментов продвижения оперного искусства и анализе кейсов медиакоммуникаций российских оперных театров. Все это позволяет перейти к решению следующей задачи, состоящей в проведении опроса мнения посетителей театров о диджитал-трансформации оперного искусства и анализе его результатов. Согласно логике исследования — от общего к частному — решение дальнейших трех задач позволило последовательно осуществить рассмотрение модификации журналистского жанра рецензии на сайте театра, провести лексико-стилистический анализ медиатекста рецензии на сайтах Большого театра и театра Ла Скала и реализовать лексико-стилистический анализ медиатекстов интервью в онлайн-журнале театра Ла Скала. Решение заключительной задачи было направлено на обобщение практических результатов с целью выработки рекомендаций для специалистов по медиакоммуникации оперного театра. Положительно можно оценить и то, что большинство из восьми поставленных задач автор посвящает выявлению специфики медиакоммуникаций оперных театров в цифровой сфере, что позволяет ему успешно раскрыть тему и достичь оговорённой цели.

Убедительной выглядит позиция соискателя, который по-новому рассматривает жанры рецензии и интервью, представленные в виде цифровых медиатекстов на сайтах и в онлайн-журналах театров. Это позволяет выявить лексико-стилистические особенности данных жанров и сделать интересные выводы, важные для развития современной теории журналистики и публицистики. В современной ситуации практически утерянного института музыкальной публицистики это выглядит особенно привлекательным.

Автор строит исследование в рамках своей ключевой гипотезы, которая заключается в том, что в эпоху цифровизации разработка новых цифровых медиаинструментов привлечения аудитории к оперному искусству, объективируя теоретическое обоснование полиформатности, обеспечивает более высокое качество медиакоммуникаций в данной сфере. Её принципы могут быть экстраполированы на более широкое коммуникативное пространство в креативных сферах деятельности. Такой глубокий подход демонстрирует умение соискателя всесторонне анализировать и осуществлять решение рассматриваемой проблемы, понимать перспективы дальнейшей разработки теоретических исследований в области медиакоммуникации в частности и коммуникации в целом, так как полученные впоследствии результаты имеют большое значение для российской и международной журналистики.

Автор предпринимает большие усилия по сбору, анализу и обобщению обширного эмпирического материала, который в полной мере соотносится с объектом и предметом. Далее соискатель поэтапно исследует его в соответствии с выдвинутыми положениями на защиту, которые лаконично структурируются в соответствии с парадигмой изучения медиатекста как ключевого элемента оперной коммуникации в эпоху дигитализации. Принцип их формулировки определяется стремлением охватить все стороны заявленной темы и целостно рассмотреть не только медиатекст, который понимается в данной работе как продукт трансформации традиционных жанровых форм журналистики в процессе синтеза с цифровыми технологиями, но и инструменты его продвижения, а также специфику жанров журналистики, которые используются в дигитальной оперной коммуникации. Автору удаётся выстроить комплексную последовательную конструкцию, в которой значительное место отведено лексическим и стилистическим приёмам, выявленным на сайтах и в онлайн-журналах российских и итальянских театров, по материалам которых проводится основное эмпирическое исследование. Такой основательный подход вызывает одобрение и уверенность как в достоверности и значимости полученных результатов, так и в перспективности полученных выводов.



Благоприятное впечатление производит и тщательность соискателя в подборе и изучении обширной базы теоретических источников междисциплинарного характера, в которую вошли работы ведущих российских и зарубежных учёных по журналистике, цифровым медиакоммуникациям, массовым коммуникациям и онлайн-журналистике, теории публицистических жанров, стилистике и медиалингвистике, культурным индустриям, маркетингу и продвижению оперного искусства.

Данный подход, опирающийся на внушительную теоретико-методологическую базу и обширный список научных трудов авторитетных ученых, позволил автору подготовить исследование, которое в полной мере обладает научной новизной и вносит существенный вклад в теорию журналистики и медиакоммуникации.

**Научная новизна** диссертации очевидна и заключается в выявлении специфики медиакоммуникации оперного театра с аудиторией в эпоху цифровизации. Взаимосвязь между успешностью бренда театра в привлечении аудитории и использованием дигитальных возможностей медиатекстов журналистских жанров доказана впервые. При этом разработана и апробирована авторская классификация инструментов продвижения и освещения оперного искусства в цифровую эпоху. Также впервые не только решена проблема модификации жанров рецензии и интервью на сайтах оперных театров, но и – на основе самостоятельно разработанных критериев – выявлены жанрообразующие признаки модифицированных саморецензии и имиджевого интервью.

Не менее важным является значимость полученных результатов для понимания возможностей развития медиакоммуникаций театров в эпоху цифровизации и их участия в эстетическом воспитании аудитории.

**Достоверность полученных результатов** подтверждается применением детально проработанной теоретико-методологической базы, отражающей основные положения и тенденции развития современной теории журналистики, а также методологии научного исследования; грамотным, релевантным подбором и системным совмещением общих (анализ, сравнение, классификация и др.) и частных (опрос методом онлайн-анкетирования, лексико-стилистический анализ текстов, экспертное интервью и др.) методов исследования, соответствующих его профилю, что способствует всестороннему изучению заявленной проблемы, последовательному решению поставленных научных задач и убедительному доказательству гипотезы исследования. Были грамотно проанализированы научные источники, а также сотни медиатекстов на веб-страницах сайтов и онлайн-журналов наиболее значимых театров, а также большое количество статистических данных, которые обеспечили всестороннее и объективное рассмотрение проблематики диссертации.

**Теоретическую значимость** исследования подтверждает его вклад в современную теорию медиакоммуникаций. Комплексное рассмотрение проблем, связанных с развитием оперных медиакоммуникаций в цифровую эпоху, позволило автору расширить теоретические представления о полиформатных возможностях использования дигитальных инструментов в совокупности с традиционными коммуникационными средствами. В работе представлено исследование наиболее важных журналистских жанров в сфере цифровой музыкальной журналистики, впервые проведенное применительно к современной коммуникационной деятельности в сфере музыкального искусства. Всё это позволяет автору уточнить и обновить теоретическое обоснование разработки новых принципов оперной медиакоммуникации в цифровую эпоху.

Кроме того, заслуживает позитивной оценки обстоятельно проработанная и хорошо структурированная теоретико-методологическая база по всем направлениям исследования: в области публицистики, социологии культуры, цифровых трансформаций медиатекста, стилистики, музыкальной журналистики и критики, культурного и театрального менеджмента и PR, дигитализации оперного искусства, коммуникационному продвижению оперного искусства, цифровой трансформации культуры и культурных индустрий и формирования бренда театра. При этом список литературы включает в себя



как базовые работы авторитетных российских исследователей, так и аутентичные научные труды на итальянском и английском языках.

Не вызывает сомнения и значимость результатов данной диссертации с точки зрения её **практической ценности** как для деятельности журналистов, специализирующихся в оперной, музыкальной, театральной сферах, так и для тех, кто отвечает за коммуникацию театра с различными типами аудиторий. Выявленные признаки жанров рецензии и интервью и предложенная классификация могут быть использованы для анализа тенденций и решения практических задач формирования медиакommunikации в сфере искусства в эпоху цифровизации. Результаты исследования являются полезным научно-методическим материалом, который необходимо использовать при обновлении учебных курсов и спецкурсов по массовой коммуникации и медиалингвистике.

Основное содержание работы структурировано в соответствии с темой, целью, задачами, гипотезой и положениями на защиту; оно всесторонне и в полной мере раскрывает тему исследования.

В **первой главе «Медиакоммуникационная репрезентация оперного искусства»** автор осуществляет глубокий анализ научной литературы российских и зарубежных авторов в контексте своей гипотезы и поставленной цели. Одновременно автор уточняет понятийный аппарат исследования медиакоммуникационной репрезентации оперного искусства и определяет методологические основания дальнейшего исследования. В данной главе последовательно рассматривается опера как культурный продукт и объект медиакоммуникации, изучаются медиакоммуникации в эпоху цифровизации, анализируется оперная аудитория в контенте современных медиакоммуникаций.

Всестороннее рассмотрение феномена оперного искусства приводит автора к решению о том, что оно является сложным культурным феноменом, который в современном обществе функционирует как бизнес, поэтому существует потребность продвижения его бренда среди массовой аудитории по каналам медиакоммуникаций.

Автор справедливо подчёркивает, что ввиду активной имплементации цифровых технологий происходит активная разработка виртуальных коммуникаций в цифровом поле; все большую популярность приобретают интерактивные, мультимедийные форматы с преобладанием визуальной составляющей. Как следствие, снижается роль классических каналов коммуникаций, таких как традиционные средства массовой информации: печатной прессы, телевидения, радио, наружной рекламы. Одновременно с этим усиливается конвергенция паблик рилейшнз и журналистской деятельности.

По итогам теоретико-методологических изысканий автор приходит к доказательному выводу о том, что современная оперная журналистика характеризуется универсализацией журналистского контента, поликанальностью, интерактивностью, гипертекстовостью, инклюзивностью и наличием обратной связи, что формирует инновационную парадигму потребления онлайн-медиа. Результаты первой главы подготавливают почву и основания для дальнейшей работы над материалом исследования.

**Вторую главу «Трансформация системы медиакоммуникаций в эпоху цифровизации»** автор посвящает комплексному аналитическому исследованию современных медиакоммуникаций и на его основе проводит классификацию медиакоммуникационных инструментов продвижения оперного искусства. Текст этой главы исследования выстроен логично, снабжен большим количеством иллюстративных примеров, отсылающих к результатам проведённого автором опроса. Это придаёт тексту чёткость и наглядность, позволяет ясно проследить ход авторских рассуждений и убедиться в его достоверности и логичности. Анализ мнения посетителей театров о цифровой трансформации оперного искусства приводит автора к важному выводу о том, что в условиях дигитализации общей единицей для всех медиакоммуникаций становится



цифровой медиатекст. Значимым утверждением автора являются его слова о том, что медиатексты в цифровой среде обладают доступностью и высокой скоростью распространения через социальные сети и онлайн-платформы, что делает их эффективным инструментом массовой коммуникации и привлекает активную аудиторию. Автором предложена заслуживающая большого внимания классификация инструментов продвижения медиатекста в области оперного искусства, куда включены как традиционные коммуникации, так и инновационные инструменты воздействия на аудиторию.

**Третья глава «Анализ медиатекстов оперных театров»** содержит содержательный лексико-стилистический анализ медиатекстов журналистских жанров рецензии и интервью на сайтах Большого театра и театра La Scala, а также в онлайн-журнале Teatro alla Scala. Свои суждения и выводы автор подтверждает богатым подбором примеров с их детальной характеристикой. Автор высказывает целый ряд интересных суждений, в том числе о том, что рецензия на сайте оперного театра представляет собой так называемую саморецензию; выявляет и систематизирует лексико-стилистические приёмы, используемые в медиатекстах саморецензий на сайтах Ла Скала и Большого театра. Именно в третьей главе автор предлагает методику анализа медиатекста интервью с учетом влияния межжанровой диффузии. По итогам проведённого исследования автором предложены содержательные рекомендации для специалистов в сфере медиакоммуникаций в оперном искусстве и отмечены направления дальнейшего развития дигитальных технологий продвижения оперного искусства посредством медиатекста.

К числу несомненных достижений в рамках данного исследования следует отнести обогащение представлений о современном развитии жанровой системы журналистики разных стран в условиях дигитализации.

Основные положения диссертации полноценно и адекватно отражены в автореферате, опубликованной монографии и многочисленных статьях.

В то же время, в процессе ознакомления с работой возник ряд **критических замечаний**, которые требуют пояснения.

1. Хотелось бы услышать мнение автора по поводу сходства и различия в медиакоммуникации российских и итальянских театров. Хотя подобная задача в исследовании не ставилась, было бы интересно узнать об этом, так как влияние специфики аудитории каждой страны на содержание медиатекста как коммуникационного продукта очевидно.
2. На наш взгляд, в работе следовало бы указать, какие ещё жанры журналистики используются или потенциально могут применяться в оперной медиакоммуникации.
3. Хотелось бы услышать более подробное разъяснение автора по поводу теоретико-методологического осмысления феномена музыкальной журналистики и его места в современной системе медиакоммуникаций.
4. Также необходимо пояснить позицию автора, объясняющую включение большого количества диаграмм в текст работы. На наш взгляд, было бы правильным вынести их в приложение.

В то же время высказанные замечания не снижают положительного впечатления от работы и не умаляют значения диссертационного исследования.

**Заключение о соответствии диссертации установленным критериям.** Диссертация представляет собой завершённое и самостоятельное исследование, в котором автор решает важную задачу, связанную с выявлением специфики медиакоммуникаций в сфере оперного искусства в эпоху цифровизации.

Научный труд имеет теоретическую значимость, практическую ценность, отличается актуальностью и научной новизной, вносит существенный вклад в развитие



теории журналистики, медиакоммуникаций и цифровых трансформаций медиатекста, а полученные в нём результаты несомненно объективны и достоверны.

Диссертация «Специфика медиакоммуникаций в сфере оперного искусства в эпоху цифровизации» соответствует требованиям п. 2.2. раздела II Положения о совете по защите диссертации на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утверждённого учёным советом РУДН 22.01.2024 г., протокол № УС-1, а её автор, Северьян Александрович Цагарейшвили, заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Отзыв подготовлен на кафедре журналистики и медиакоммуникаций факультета дизайна, журналистики и менеджмента, обсужден и единогласно утверждён на заседании кафедры, протокол №\_3/25 от \_29 января 2025 года.

Составитель – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций

Маркелова Т.В.

Заведующий кафедрой – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций

Вакурова Н.В.

Лица, подписавшие документ, выражают согласие на обработку персональных данных.

Подпись Маркеловой Т.В., Вакуровой Н.В. удостоверяю



121309, Москва, ул. Новозаводская, д. 27А,

8(499)4446021

mail@isi-vuz.ru