

**Отзыв**  
**об автореферате 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 условиях глобальных изменений медиапотребления в эпоху цифровизации культурные индустрии принимают новые вызовы, связанные с необходимостью адаптации к новой среде. Особенно остро эти вызовы касаются такого традиционного и элитарного вида искусства как опера, развивающегося в культурном пространстве XXI века. Диссертация С.А. Цагарейшвили отвечает задачам осмысления нового этапа развития оперного искусства и предлагает комплексное исследование специфики медиакоммуникаций в данной сфере. В работе анализируются не только теоретические аспекты медиакоммуникаций, но и практические механизмы их трансформации. Вопросы взаимодействия театров с аудиторией, новые форматы медиапрактик в сфере искусства, использование мультимедийных и цифровых инструментов продвижения — все это придает работе особую значимость и актуальность.

Структура работы логична и полностью отвечает поставленным задачам. В первой главе «Медиакоммуникационная репрезентация оперного искусства» автор излагает методологические основы исследования. Важно, что особое внимание уделено всестороннему рассмотрению концепции культурных индустрий и роли медиа в формировании интереса общественности к опере, что укрепляет теоретическую базу исследования.

Вторая глава, «Трансформация системы медиакоммуникаций в эпоху цифровизации», посвящена анализу цифровых инструментов, используемых оперными театрами для взаимодействия с аудиторией. Здесь представлена

авторская классификация инструментов цифрового продвижения оперного искусства, учитывающая такие направления, как трансляции, мультимедийные проекты, технологии виртуальной и дополненной реальности и др. Здесь рассматриваются практические кейсы, включая опыт не только российских, но и зарубежных театров, что, несомненно, усиливает практический вектор исследования.

В третьей главе, «Анализ медиатекстов оперных театров», автор проводит стилистический и жанрово-тематический анализ медиатекстов рецензий и интервью, размещённых на сайтах Большого театра и Ла Скала. Этот раздел демонстрирует высокую степень оригинальности исследования, поскольку фокусируется на малоизученной теме модификации жанровых форм в условиях цифровизации. Автором выявлены ключевые трансформации журналистских жанров в условиях цифровизации, что позволило автору углубить системный подход к изучению медиакоммуникаций в культурной сфере.

Как логично показано в автореферате, теоретическая значимость исследования заключается в расширении научных представлений о специфике медиакоммуникаций в условиях цифровизации. Разработанные автором рекомендации и подходы могут быть полезны для развития образовательных программ профессиональной переподготовки не только специалистов сферы культуры, но и медиаменеджеров, журналистов и специалистов по PR, что укрепляет практическую значимость исследования.

Работа С.А. Цагарейшвили заполняет существующий пробел в осмыслении трансформационных процессов в медиасфере через призму культурных индустрий, в изучении медиакоммуникаций оперных театров, их инструментов и механизмов, а также особенностей взаимодействия с аудиторией через новые медиаформаты. Эти аспекты определяют новизну исследования и позволяют говорить об авторском вкладе в теорию и практику медиакоммуникаций.

Несмотря на очевидные достоинства работы, хотелось бы уточнить некоторые моменты:

1. В работе следовало бы более подробно рассмотреть различия в медиапотреблении аудиторий российских и зарубежных театров, что позволило бы глубже раскрыть межкультурные аспекты медиакоммуникаций.
2. Предложенная автором классификация инструментов продвижения оперных театров могла бы иметь более прикладной характер, если бы в ней были бы более детально представлены рекламные инструменты продвижения оперных продуктов в цифровой среде.
3. Хотелось бы увидеть развёрнутый анализ влияния социальных сетей на формирование нового типа зрителя, особенно в контексте привлечения молодёжной аудитории.

Высказанные замечания не снижают общей высокой оценки работы. Текст автореферата в полной мере отражает основные идеи диссертационного исследования. Насколько можно судить по автореферату, работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Цагарейшвили Северьян Александрович заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. - медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

10 февраля 2025 г.

Доктор филологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью факультета журналистики  
Московского государственного университета им.  
М.В.Ломоносова

Владимир Александрович Евстафьев

адрес г.Москва Большой Тишинский переулок дом 22 кв 34  
Телефон +7 985 997 98 68 Почта Vladimir.evstafiev@gmail.com



**Отзыв об автореферате 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**

Диссертационная работа С.А. Цагарейшвили представляет собой целостное, законченное, самостоятельно проведенное исследование, актуальность которого не вызывает сомнений, поскольку в эпоху цифровизации происходит трансформация коммуникации в различных сферах общества и на различных уровнях, поэтому важно выявить специфику медиатизации оперного искусства.

Результаты изучения опыта медиакоммуникаций ведущих мировых оперных театров – Большого и Ла Скала – будут безусловно полезны для сотрудников, занимающихся продвижением других учреждений сферы культуры. Кроме того, быстро меняющиеся коммуникации в этой сфере требуют теоретического осмысления в контексте цифровизации. Комплексное рассмотрение современных маркетинговых медиакоммуникаций, реализуемых оперными театрами, филармониями и фестивалями вносит вклад как в теорию маркетинговых медиакоммуникаций в сфере культуры, так и в развитие практической деятельности специалистов в данной сфере.

Во введении представлены актуальность, цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, разработанность темы, теоретико-методологическая и эмпирическая базы работы, обозначены новизна, теоретическая значимость, практическая ценность исследования, обоснована степень достоверности его результатов, а также положения выносимые на защиту.

Содержание работы позволяет полностью раскрыть тему диссертации и продемонстрировать специфику медиакоммуникаций в сфере оперного искусства в различных аспектах.

В первой главе «Медиакоммуникационная репрезентация оперного искусства» автор изучает медиакоммуникации в сфере культуры, особенности оперного искусства, а также деятельность журналистов в этой области. Важным аспектом здесь является цифровизация коммуникаций в том числе и в сфере высокого искусства, произведения которого, становясь товаром, вынуждены подчиняться условиям рынка.

Вторая глава «Трансформация системы медиакоммуникаций в эпоху цифровизации» представляет результаты анализа системы медиакоммуникаций оперных театров для продвижения их спектаклей. Автор диссертации предлагает разработанную им классификацию инструментов продвижения оперного искусства, выделяя как классические: реклама, PR,

стимулирование сбыта, директ-маркетинг, так и инновационные, порожденные процессом цифровизации: трансляции, цифровые библиотеки, мультимедийные технологии в оперной постановке или концерте, технологии эдьютейнмента.

В третьей главе «Анализ медиатекстов оперных театров» автор представляет результаты, которые получены им в ходе изучения рецензий, имиджевых интервью размещенных в цифровых представительствах театров – на официальном сайте и в онлайн-журнале. Нужно отметить, что автор рассматривает сайт театра как медиа, представляющее собой полижанровую структуру, решающую ряд задач: информирование, предоставление официальной позиции, формирование зрительских предпочтений и др.; реализует функции развлечения, просвещения и воспитания. Рецензия и имиджевое интервью как жанры, с точки зрения автора исследования, выполняют схожие функции: информирование, реклама и PR, они позволяют продемонстрировать лидирующую позицию театра, а также привязать отдельное произведение к общему контексту, в котором воспринимается театр. С.А. Цагарейшвили разработал авторский метод изучения такого медиатекста как интервью.

Таким образом автор исследования последовательно проводит многоаспектный анализ современных медиакommunikаций в сфере оперного искусства, переходя от общих теоретических положений к более частным практикам создания текстов, которые выступают носителями смыслов, транслируемых по цифровым каналам коммуникации, связывающей театр и его публику. Выводы автора диссертационного исследования выглядят логичными и обоснованными, комплекс методов исследования позволяет получить достоверные результаты.

Текст автореферата в полной мере отражает основные идеи диссертационного исследования. Насколько можно судить по автореферату, работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов», утвержденного ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её автор, Цагарейшвили Северьян Александрович заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. - медиакommunikации и журналистика (филологические науки).

15.02.2025 г.

Кузнецова Евгения Алексеевна,  
кандидат филологических наук,  
доцент, доцент Института медиа  
факультета креативных индустрий  
НИУ «Высшая школа экономики»

Москва, Хитровский переулок, 2/8, стр. 5  
+7 (916) 020-57-99, evgenia.kuznetsova@hse.ru

Подпись заверяю

СПЕЦИАЛИСТ ПО ПЕРСОНАЛУ  
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА  
АЗОВЦЕВ Т. Д.

17.02.2025



**Отзыв об автореферате 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 (фи-  
лологические науки) в Диссертационный совет ПДС 0500.007  
при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов  
имени Патриса Лумумбы»**

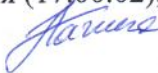
Актуальность темы исследования С.А. Цагарейшвили не подлежит сомнению. Оперный жанр, специфика которого определяется уникальным синтезом многих видов искусств – музыки, литературы, театра, сценографии, в свою очередь имеющих всевозможные ответвления и формы – за более чем четырехвековую историю неустанно развивался, не только адаптируясь, но и нередко бросая вызов современным реалиям и тенденциям. За последнее столетие опера активно взаимодействовала с экранными искусствами, а с начала XXI века – с цифровыми технологиями, привлечение которых достигло пика в пандемийный и постпандемийный период. Это взаимодействие происходит комплексно, включая в себя и разнообразные стратегии оперных театров по сохранению и распространению выпускаемых ими спектаклей, и разветвленный маркетинг с использованием интернет-ресурсов, и даже привлечение диджитал в спектакль вплоть до создания полностью цифровых оперных проектов. Исследования, позволяющие осмыслить все эти процессы, пока немногочисленны. Показательно, однако, что среди ученых, обращающихся к различным проблемам функционирования оперной индустрии в эпоху цифровизации, специалисты самых разных профилей – это не только музыковеды, но и театроведы, филологи, историки, культурологи, социологи и другие. Работа С.А. Цагарейшвили, с одной стороны, органично вписывается в пока небольшой, но уже разрастающийся поток интереса к этой проблематике, с другой – разрабатывает внутри нее целый ряд новых аспектов, посвященных специфике медиакоммуникаций.

В автореферате диссертации отражена многозадачность исследования, его композиционная стройность. Автор продвигается от рассмотрения общих вопро-

сов медиакоммуникационной репрезентации оперного искусства к специ-аль-ным – изучению трансформации системы медиакоммуникаций и анализу медиа-текстов оперных театров, демонстрируя опору на широкий круг отечественных и зарубежных научных источников, исследовательскую скрупулезность, тонкие наблюдения. Особого внимания в работе заслуживает предложенная диссертан-том авторская классификация медиакоммуникационных инструментов продви-жения оперного искусства с их последующей детальной характеристикой, а также результаты анкетирования, в ходе которого автору удалось выявить реаль-ное отношение целевой аудитории к цифровым технологиям в сфере оперного искусства. Большую теоретическую и практическую значимость имеет прове-денный в третьей главе диссертации лексико-стилистический анализ медиатек-стов, представленных на сайтах Большого театра и Ла Скала, в результате кото-рого С.А. Цагарейшвили поднята и исследована проблема модификации жанров рецензии и интервью.

В заключение отмечу высокую степень самостоятельности и новизны ис-следования. Текст автореферата в полной мере отражает основные идеи диссер-тационного исследования и соответствует требованиям п. 4.15 раздела IV Поло-жения о совете по защите диссертации на соискание ученых степеней в Феде-ральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лу-мумбы», утвержденного ученым советом РУДН 22.01.2024 г., протокол УС-1, а ее автор, Цагарейшвили Северьян Александрович заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 59.09.02 – ме-диакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Согласна на обработку моих персональных данных  
Доцент кафедры аналитического музыкознания  
Российской академии музыки имени Гнесиных,  
кандидат искусствоведения (17.00.02), доцент

 Д.А. Нагина

Москва, 121069, ул. Поварская, д. 30–36  
[mailbox@gnesin-academy.ru](mailto:mailbox@gnesin-academy.ru), +7 (495) 6911554



Подпись  
Удостоверяю



ЗАМЕСТИТЕЛЬ НАЧАЛЬНИКА  
ОТДЕЛА  
ЛЕБЕДЕВА, Ю.  
18.02.2025 г.

**Отзыв**  
**об автореферате 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»**

Актуальность темы диссертационного исследования С.А. Цагарейшвили не вызывает сомнений. В эпоху стремительной цифровизации, когда медиаландшафт претерпевает кардинальные изменения, осмысление трансформации коммуникационных стратегий в сфере культуры, особенно в таком традиционном и специфическом виде искусства, как опера, приобретает особую значимость. Автор предпринял попытку комплексного анализа медиакоммуникаций в оперном искусстве, что отвечает потребностям современной науки и практики.

Актуальность исследования обусловлена динамичными изменениями в сфере оперного искусства, вызванными развитием интернета и усиленными пандемией COVID-19. Эти изменения требуют адаптации традиционных форм трансляции оперного искусства к новым условиям, включая использование цифровых технологий. Основной задачей исследования является определение специфики медиакоммуникаций оперных театров в эпоху цифровизации и их влияние на успех театрального брендинга.

Структура автореферата логична и последовательно отражает основные этапы диссертационного исследования. Четко обозначены цель, задачи, объект и предмет исследования, что свидетельствует о сформировавшемся научном аппарате.

Цель исследования сформулирована четко и конкретно: определить специфику медиакоммуникаций оперных театров в эпоху цифровизации в



контексте влияния диджитальных возможностей медиатекстов на успешность театрального брендинга с целью привлечения аудитории. Для достижения этой цели автором поставлен ряд взаимосвязанных задач, которые последовательно раскрывают предмет исследования.

Объект исследования – медиакommunikации в сфере искусства в эпоху цифровизации – определен достаточно широко, что позволяет автору рассмотреть различные аспекты взаимодействия искусства и медиа. Предмет исследования – специфика медиакommunikации в сфере оперного искусства в эпоху цифровизации, состоящая в трансформации традиционных жанровых форм журналистики в процессе синтеза с диджитальными технологиями – сформулирован более конкретно и отражает основную направленность диссертационной работы.

Автор демонстрирует хорошее знание научной литературы по теме исследования. В автореферате упоминаются работы ведущих специалистов в области медиакommunikаций, журналистики, социологии культуры, маркетинга и PR. Отмечается, что, несмотря на наличие исследований в области медиакommunikаций и оперного искусства, существует потребность в изучении специфики конкретных технологий создания медиатекстов, что и является одним из направлений данного исследования.

В автореферате представлен широкий спектр методов исследования, что свидетельствует о комплексном подходе к изучению проблемы. Использование теоретического анализа, анализа кейсов, классификации, опроса, лексико-стилистического анализа и экспертного интервью позволяет получить разносторонние данные и сделать обоснованные выводы.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении научных представлений о медиакommunikациях в сфере культуры и искусства в условиях цифровизации. Результаты исследования могут быть использованы в преподавании дисциплин, связанных с медиакommunikациями, журналистикой и культурологией.

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций для специалистов по медиакоммуникациям оперного театра. Эти рекомендации могут быть использованы для повышения эффективности продвижения оперного искусства и привлечения новой аудитории.

Несмотря на положительную оценку автореферата и на очевидные достоинства работы, хотелось бы высказать некоторые рекомендации и уточнить некоторые моменты:

- Автору можно было бы более подробно раскрыть содержание разработанных автором рекомендаций для специалистов по медиакоммуникации оперного театра.
- Представленная классификация инструментов продвижения оперного искусства могла бы быть дополнена анализом эффективности различных инструментов и рекомендациями по их применению.
- Было бы интересно увидеть более подробный анализ международного опыта медиакоммуникаций в сфере оперного искусства.

На основании представленного для отзыва автореферата можно сделать вывод о том, что диссертация Цагарейшвили Северьяна Александровича «Специфика медиакоммуникаций в сфере оперного искусства в эпоху цифровизации» представляет собой самостоятельное, завершённое научное исследование, выполненное на актуальную тему и обладающее научной новизной, теоретической и практической значимостью.

Высказанные замечания не снижают общей высокой оценки работы. Текст автореферата в полной мере отражает основные идеи диссертационного исследования. Насколько можно судить по автореферату, работа соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук, согласно п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего

образования «Российский университет дружбы народов», утвержденного  
ученым советом РУДН протокол № УС-1 от 22.01.2024 г., а её  
автор, Цагарейшвили Северьян Александрович заслуживает присуждения  
ученой степени кандидата филологических наук по специальности  
5.9.9. - медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

12.02.2025г.

Магера Татьяна Сергеевна,  
кандидат филологических  
наук,

Доцент Института медиа,  
Факультет креативных  
индустрий, НИУ ВШЭ.

Г. Москва,

Хитровский переулок 2/8  
строение 5

Телефон +79684090689

Почта [tmagera@hse.ru](mailto:tmagera@hse.ru)



**Подпись заверяю**

СПЕЦИАЛИСТ ПО ПЕРСОНАЛУ  
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА  
АЗОВЦЕВ Т. Д.

14. 02. 2025