

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б. Н. Ельцина»

На правах рукописи



Катаев Павел Вячеславович

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРА МУЗЫКАЛЬНОЙ РЕЦЕНЗИИ
В КОНВЕРГЕНТНОЙ МЕДИАСРЕДЕ
(СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МИФОЛОГИЗАЦИИ
ИМИДЖА МУЗЫКАНТА)**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2021

Работа выполнена на кафедре журналистики и массовых коммуникаций
ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный
исследовательский университет»

Научный руководитель:

Абашев Владимир Васильевич доктор
филологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Дускаева Лилия Рашидовна, доктор
филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный университет» (г. Санкт-
Петербург), профессор с возложением
обязанностей заведующего кафедрой
медиалингвистики;

Зверева Екатерина Анатольевна, доктор
филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО
«Тамбовский государственный университет
имени Г.Р. Державина» (г. Тамбов),
профессор кафедры журналистики,
рекламы и связей с общественностью;

Лисенкова Анастасия Алексеевна,
кандидат культурологии, доцент, ФГБОУ
ВО «Пермский государственный институт
культуры» (г. Пермь), проректор по науке и
цифровой трансформации.

Защита состоится «10» декабря 2021 г. в 10:00 на заседании
диссертационного совета УрФУ 10.03.28 по адресу: 620000,
г. Екатеринбург, пр. Ленина 51, зал диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б. Н. Ельцина», <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=2924>

Автореферат разослан « » октября 2021 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета,
кандидат филологических наук



Глебович Татьяна Александровна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Исследование современного состояния музыкальной журналистики в контексте массовых коммуникаций представляется **актуальным** потому, что в своей новейшей истории музыкальные медиа выступали порой в авангарде тех явлений, которые затем формировали облик современной журналистики. Еще в начале 2000-х годов, задолго до становления политической блогосферы, выхода СМИ в социальные сети, тотальной дигитализации массовой культуры, в музыкальной индустрии началась системная перестройка согласно принципам сетевого общества и его конвергентной культуры. Вертикальная структура коммуникаций между субъектами музыкального поля (авторами, производителями, распространителями, критиками и слушателями) сменилась горизонтальной (обменом сообщениями разных видов между узлами сети), и музыка как продукт уступила место музыке как сервису: вместо произведения на физическом носителе слушатель приобретает право доступа к цифровому потоку. Раньше многих других сфер музыка выявила возможности интернета как «нового формообразующего начала современной реальности», по выражению М. А. Мясниковой¹.

Для теории и практики медиа в сфере культуры особенно значимым становится вопрос о том, как трансформировалась рецензия (письменный разбор первичного произведения) – аналитический жанр, который всегда служил основным инструментом оперативного осмысления произведений.

Имея в виду собственный опыт работы в музыкальной журналистике (прежде всего в сегментах популярной, экспериментальной и академической музыки), в том числе опыт музыкального рецензирования, автор диссертации был свидетелем многих стремительных изменений в профессии – от исчезновения печатных версий музыкальных журналов до появления автоматически генерируемых персональных плей-листов в

¹ Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / О. Н. Астафьева, Л. Б., Зубанова, Н. Б. Кириллова и др.; отв. ред. Н. Б. Кириллова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. С. 182.

музыкальных агрегаторах. Необходимость в изменившихся условиях пересмотреть роль жанра рецензии, теоретически осмыслить собственный профессиональный опыт и стала первоначально импульсом к изучению темы.

Музыкальная критика и музыкальные медиа достаточно полно освещены в **современных исследованиях**. В книгах С. Рейнольдса, Дж. Сибурка, Х. У. Обриста, А. К. Троицкого² зафиксированы особенности перехода индустрии поп-музыки из XX в XXI век. Принципиально новые сетевые механизмы в отношениях между музыкантами, слушателями, лейблами, промоутерами, журналистами рассматривают в своих статьях и монографиях Г. Д. Гольденцвайг, Ю. В. Стракович, Дж. Рокс, Д. Ардити³ и др.

В отечественной научной литературе дискурс музыкальной журналистики также изучен весьма подробно. Жанровым особенностям рецензии посвящена монография Е. А. Набиевой⁴; образу автора текстов об академической музыке – кандидатская диссертация А. Э. Семеновой⁵; состоянию современной музыкальной критики – кандидатская диссертация А. В. Украинской⁶; музыке в структуре медиатекста – докторская

² Рейнольдс С. Ретромания: поп-культура в плену собственного прошлого. М.: Белое Яблоко, 2015. 525 с.; Сибурк Дж. Машина песен. Внутри фабрики хитов. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. 335 с.; Сибурк Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: Ад Маргинем Пресс, 2012. 238 с.; Обрист Х. У. Краткая история новой музыки. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 279 с.; Троицкий, Артемий. Poplex. СПб: Амфора, 2009. 256 с.

³ Гольденцвайг Г. Д. Создатели музыкального контента в социальных медиа: новое поле коммуникативных возможностей или самоэксплуатация? // Вестн. Мос. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 1. С. 177–178; Стракович Ю. Цифролюция: что случилось с музыкой в XXI веке. М.: Классика-XXI, 2015. 368 с.; The Production and Consumption of Music in the Digital Age / ed. by Brian J. Hraacs, Michael Seman, Tarek E. Virani. Abingdon: Routledge, 2016. 277 p.

⁴ Набиева Е. А. Рецензия как публицистический жанр: монография. 3-е изд., стереотип. М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. 160 с.

⁵ Семенова А. Э. Образ автора в текстах музыкальной журналистики России: способы воплощения: дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2015. 24 с.; Семенова А. Э. Музыкальная журналистика: обращенность к личности // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста: матер. междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17–18 мая 2018 г.). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. С. 207–209.

⁶ Украинская А. В. Современная музыкальная критика и ее влияние на отечественную культуру: дис. ... канд. искусствовед. Воронеж, 2006. 223 с.

диссертация Т. Ф. Шак⁷. Специфика музыкальных медиа, в том числе с позиций лингвистики, теории СМИ, стилистики русского языка, детально исследована в статьях, а также в учебных пособиях Т. А. Курышевой, Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой, Т. С. Сергеевой, Е. Ю. Коломийцевой, А. В. Полонского, Г. П. Андриевской⁸.

Однако вопросы, связанные с конвергентным характером медиасреды, в которой функционирует рецензия сегодня, до сих пор осмыслены недостаточно. Вне поля зрения исследователей остается тот обширный массив рецензий, которые публикуются в блогах, на стриминговых сервисах, в мессенджерах и на медиаплатформах других видов, со второй половины 2010-х годов особенно значимых для массовой коммуникации в сфере музыкальной культуры. По-прежнему не вполне признана идея о том, что экосистемы таких ресурсов с их интерактивными компонентами можно рассматривать как фактор трансформации жанра рецензии. Наконец, в глазах многих ученых музыкальный журналист эпохи Spotify и Apple Music остается в роли профессионала, просветителя, источника смыслов, а не участника потоковой, достаточно хаотичной коммуникации.

Новизна нашей работы заключается в проблематизации конвергентного характера музыкальной рецензии. Делая акцент на полиформатности и полистиличности сетевой среды, мы решили заострить вопрос, который, на наш взгляд, поставлен в исследовательской литературе недостаточно радикально: может ли рецензия в принципе придавать

⁷ Шак Т. Ф. Музыка в структуре медиатекста: на матер. худож. и анимац. кино: дис. ... д-ра искусствовед. Ростов-н/Д, 2010.

⁸ Курышева Т. А. Музыкальная журналистика и музыкальная критика: учеб. пособ. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007. 295 с.; Дускаева Л. Р., Реймер С. Н. Музыка в газетном тексте // МИРС. 2010. № 4. С. 48–52. Дускаева Л. Р. Стиль музыкального медиадискурса // Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica. 2013. № 2 (20). С. 23–32; Цветова Н. С. Искусство в массмедиа: учеб. пособ. СПб: ВВМ, 2019. 90 с.; Сергеева Т. С. Арт-журналистика и современная Российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2013. № 22 (313). С. 152–156; Коломийцева Е. Ю. Музыкальная журналистика в системе социально-культурных процессов // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. 2015. № 2 (64). С. 257–260; Полонский А. В., Андриевская Г. П. Музыкальный текст и становление языка его описания в русской культуре // Наука. Искусство. Культура. 2014. № 4. С. 18–23.

смыслы музыкальным произведениям в условиях их потокового создания и восприятия, и если да, то как в этом случае осознается фигура музыканта?

Рассмотреть эту проблему мы решили в свете категории мифа – фундаментальной для гуманитарного знания, разработав на этой основе собственную методику анализа критического медиатекста. Иными словами, диссертация направлена не столько на погружение в индивидуально-авторские стили музыкальных обозревателей, сколько на обоснование иного подхода к жанру. Впервые в отечественном дискурсе музыкальная рецензия рассматривается в свете категории мифа с применением классификаций когнитивных искажений, или смещений. Под когнитивными смещениями в этом случае мы понимаем обусловленный психофизиологией человека механизм иррационального принятия решений в ситуации неопределенности. Подчеркнем, что, рассматривая механизмы творческого восприятия в исследовании, мы употребляем термин *искажения* без каких-либо негативных коннотаций, имея в виду именно эффекты смещения восприятия под воздействием рецензий. Кроме того, пожалуй, впервые с точки зрения жанра мы намеренно трактуем саму рецензию более широко, чем это принято в практике исследований: не только как традиционный аналитический текст, но и как, в частности, запись, состоящую всего из нескольких фраз в экспертном телеграм-канале.

Объектом исследования выбран имидж исполнителя, представленный в конвергентной музыкальной онлайн-рецензии, функционирующей, в свою очередь, в контексте глобального медиаландшафта. Поэтому большей частью мы рассматриваем рецензии на произведения популярной музыки, доминирующей в современной музыкальной индустрии, но не исключаем из области нашего научного интереса тексты об академической, электронной, экспериментальной музыке.

Под конвергентной музыкальной рецензией мы имеем в виду такую музыкальную онлайн-рецензию, которая несет в себе как традиционные

элементы жанра (существовавшие и до распространения интернета), так и черты новых медиасистем. Набор таких новых особенностей широк – от гипертекстовых ссылок или видео внутри рецензии до интеграции материала со стриминговыми сервисами или распространения в форме поста на Facebook, т. е. интеграции с внешней информационной средой.

Современные российские авторы уделяют особое внимание тому, как в условиях конвергенции меняется язык медиа; новые подходы к анализу креолизованных текстов, формулируемые М. В. Загидуллиной, Е. Ф. Олешко, К. В. Киуру⁹, стали значимым элементом методологии нашей работы.

Предмет исследования – стратегии и тактики мифологизации имиджей исполнителей, реализованные в музыкальных рецензиях. За основу мы принимаем трактовку мифологизации в работах Р. Барта, согласно которой миф – это *«похищенное и возвращенное слово»*, т. е. продукт вторичного означивания в сфере уже существующих мифологий. В данном случае он направлен на создание имиджа музыканта. При этом каждую отдельно взятую рецензию мы рассматриваем как основу появления в ее рамках мифа посредством определенных общих коммуникативных стратегий и частных тактик, а поле массовой коммуникации – как среду дальнейшего стихийного развития мифа. В этом случае имидж музыканта субъективно интерпретируется журналистом, но получает развитие и утверждается в коллективном сознании читателя.

Таким образом, **целью исследования** становится рассмотрение стратегий и тактик мифологизации имиджей музыкантов на материале репрезентативного массива конвергентных рецензий. Мы предполагаем, что планомерное использование стратегий и тактик способно создать

⁹ Загидуллина М. В. Иконическое и голосовое: глобальная трансформация письменной коммуникации // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сб. трудов II Междунар. науч.-практ. конф. М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2018. С. 324–330; Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учеб. пособ. / науч. ред. Б. Н. Лозовский. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 128 с.; Киуру К. В. Digital-жанры современного медиатекста: Pin, Insta, Twit // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 1 (18). С. 39–42.

имидж с заранее заданными параметрами, запрограммировать восприятие читателя на определенное видение музыканта.

В рамках достижения этой цели необходимо решить следующие **задачи**:

1) провести обзор состояния современной музыкальной журналистики и отобрать материал для анализа;

2) выявить специфику создания мифов в современной, в том числе музыкальной, культуре в условиях сетевого общества;

3) проанализировать существующие системы стратегий и тактик персонального брендинга / мифологизации имиджа;

4) разработать методику анализа конвергентных музыкальных рецензий;

5) провести эксперимент по моделированию суггестивного воздействия рецензии посредством системы стратегий и тактик на реальную аудиторию.

Материал исследования представлен массивом рецензий, опубликованных в действующих русскоязычных и англоязычных интернет-медиа: всего около 200 текстов из 67 ресурсов разных типов – как в специализированных музыкальных СМИ (в том числе принадлежащих конкретным жанровым нишам), так и в общественно-политических изданиях, блогах, влогах, подкастах, группах в соцсетях, каналах в мессенджерах и т. д.

Для детализированного демонстрационного разбора стратегий и тактик мифологизации имиджей музыкантов были отобраны 7 рецензий. Критериями для отбора стали качество этих материалов, их вес в медиаландшафте и востребованность среди читателей, а также их репрезентативность с точки зрения тем, стилей и форматов. Анализ этого массива рецензий послужил базой для классификации и определения общих тенденций развития жанра.

Мы рассмотрели публикации в русскоязычных ресурсах: в блоге с любительскими рецензиями о современной музыке «Сторона» (сайт и одноименное сообщество «ВКонтакте»), в интернет-журнале о современной культуре Colta. Особое внимание мы уделили записи в блоге «Новая музыка. Максимально коротко», который известный журналист, музыкальный критик Александр Горбачев ведет в мессенджере Telegram¹⁰.

Англоязычная часть исследовательского материала представлена рецензиями в авторитетном американском интернет-журнале Pitchfork, ориентированном, главным образом, на современную популярную и экспериментальную музыку, в блоге Brooklyn Vegan о жизни Нью-Йорка и актуальной культурной повестке. В этом ряду оказалась также публикация в FACT Magazine – первоначально сетевой версии печатного журнала, а теперь исключительно сетевом журнале преимущественно о хип-хопе, электронной, экспериментальной и поп-музыке. Наконец, мы проанализировали рецензию в AllMusic, одной из старейших музыкальных онлайн-энциклопедий¹¹.

Таким образом, в фокусе исследования оказались принципиально не похожие друг на друга по формату и стилю материалы, посвященные преимущественно произведениям современной популярной музыки и опубликованные в течение в последних 6 лет, т. е. в тот период, когда новая модель музыкальной индустрии сформировалась и активно

¹⁰ Гинтовт Г., Боровец А., Сиразутдинов С. Релизы месяца: апрель 2019 // Сторона. 2019. 5 апр. URL: <http://muzstorona.ru/music/relizy-mesyatsa-aprel-2019/> (дата обращения: 31.07.2019); Бирюкова Е. Вышивка: «Буковинские песни» Леонида Десятникова доехали до Москвы // Colta. 2019. 3 окт. URL: https://www.colta.ru/articles/music_classic/19312-vyshivanka (дата обращения: 26.07.2019); Горбачев А. Арсений Креститель, «23» // Новая музыка. Максимально коротко. 2019. 16 июля. URL: <https://t.me/musicinanutshell> (дата обращения: 2.08.2019).

¹¹ Anderson S. Billie Eilish. Where We All Fall Asleep, Where Do We Go? // Pitchfork. 2019. March 29. URL: <https://pitchfork.com/reviews/albums/billie-eilish-when-we-all-fall-asleep-where-do-we-go/> (дата обращения: 23.07.2019); Sacher A. Notable Releases of the Week (7/12) // Brooklyn Vegan. 2019. July 12. URL: <http://www.brooklynvegan.com/wear-your-wounds-torche-big-krit-glitterer-reviews/> (дата обращения: 31.07.2019); Welsh C. Yo La Tengo stage a peaceful protest with soothing new album There's A Riot Going On // FACT. 2018. March 17. URL: <https://www.factmag.com/2018/03/17/yo-la-tengo-theres-a-riot-going-on-review/> (дата обращения: 23.07.2019); Manheim J. Le Nuove Musiche, Krijn Koestveld. Arvo Pärt: Magnificat; Stabat Mater // AllMusic. 2019. URL: <https://www.allmusic.com/album/arvo-p%C3%A4rt-magnificat-stabat-mater-mw0003258798> (дата обращения: 1.08.2019).

функционировала. Такой временной интервал призван отражать если не изменчивую рыночную конъюнктуру, то по крайней мере лежащие в ее основе системы отношений между субъектами музыкальной индустрии.

В теоретико-методологическом отношении диссертационная работа базируется на принципах междисциплинарного подхода, что предполагает взаимодополняющее сочетание филологических, культурологических и собственно теоретико-журналистских знаний, практик и методов. **Методы диссертационного исследования** систематизированы следующим образом. Для формирования собственной классификации музыкальных интернет-медиа использован типологический подход. Интегративный подход (предполагающий изучение жанра рецензии во взаимосвязи внешних исторических, художественных, технологических, социокультурных и других процессов) в сочетании с институциональным подходом (рассматривающим рецензию в контексте внутренних процессов музыкальной индустрии) очерчивают пространство применения конкретных методов. Опора на такие общенаучные методы, как наблюдение, сравнение и описание, помогала классификации и систематизации полученных данных, их анализу, обобщению и интерпретации. В диссертации использован также эксперимент по моделированию журналистского текста с заданными характеристиками.

Ключевой для методологии настоящего исследования является категория мифа. В стремлении установить более объемную и сбалансированную исследовательскую оптику мы обращаемся к широкому спектру концепций – от фиксирующихся на эволюции человеческого мышления текстов Л. Леви-Брюля, Э. Дюркгейма, Б. Малиновского¹² до «Диалектики мифа» А. Ф. Лосева и развивающих его идеи работ¹³, от

¹² *Леви-Брюль Л.* Сверхъестественное в первобытном мышлении. М.: Педагогика-Пресс, 1999. 608 с.; *Durkheim É.* Pragmatism and Sociology / Transl. by J. C. Whitehouse. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 143 p.; *Малиновский Б.* Магия, наука и религия // Магический кристалл: магия глазами ученых и чародеев. М.: Республика, 1992. URL: <https://subscribe.ru/group/knizhnyie-sborniki-videouroki-i-biblioteki/15224408/>.

¹³ *Лосев А. Ф.* Диалектика мифа. М.: Мысль, 2001. 558 с.; *Бибихин В. В.* Абсолютный миф А. Ф. Лосева // Начала. 1994. № 2–4; *Аверинцев С. С.* Мифы // Краткая литературная энциклопедия: под. ред. А. А.

«Мифологий» Р. Барта в русле структуралистского дискурса до феноменологических опытов Г. Дженкинса¹⁴. Для понимания и анализа особенностей функционирования мифа в современной медиасреде значительную поддержку нам оказали работы Н. Б. Кирилловой¹⁵.

Теоретическая значимость работы вытекает из связи обширного и подвижного, непрерывно обновляющегося объекта и укорененного в истории гуманитарного знания метода. К насыщенной, разнородной, подвижной и потому несколько хаотичной области современных СМК мы применяем фундаментальную категорию мифа. Учитывая, что эффекты конвергенции в пределах конкретного жанра можно экстраполировать на сферу массмедиа в целом, следует сказать, что при анализе музыкальной рецензии мы входим в сферу современной проблематики журналистских текстов в целом.

Практическая значимость диссертации состоит в том, что представленная в ней классификация музыкальных медиа, выявленные стратегии и тактики мифологизации, разработанная методика анализа рецензий могут представлять ценность как для частных задач профессионалов музыкальной индустрии, так и для разработки специальных учебных курсов по журналистике.

Научные положения, выносимые на защиту:

Суркова. М.: Сов. энцикл., 1962–1978. Т. 4. Лакшин – Мураново. 1967. С. 876–881; *Аверинцев С. С.* Бахтин и русское отношение к смеху // От мифа к литературе: сб. в честь 75-летия Е. М. Мелетинского. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1993. С. 341–345; *Шестаков В. П.* Эсхатология и утопия: очерки русской философии и культуры. 3-е изд., доп. М.: Ленанд, 2014. 218 с.

¹⁴ *Барт Р.* Мифологии / пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. М.: Академ. Проект, 2008. 351 с.; *Дебор Г.* Общество спектакля. М.: Логос, 2000. 184 с.; *Бодрийяр Ж.* Симулякру и симуляция. М.: Постум, 2017. 238 с.; *Кристева Ю.* Избранные труды: разрушение поэтики. М.: РОССПЭН, 2004. 656 с.; *Gabriel M., Žižek S.* Mythology, Madness, and Laughter: Subjectivity in German Idealism. London: Continuum, 2009. 202 p.; *Jenkins H.* Convergence culture: where old and new media collide. NY; London: New York University Press, 2006. 318 p.

¹⁵ *Кириллова Н. Б., Данилова А. Н.* Миф и мифотворчество в экранной культуре как новой парадигме коммуникации // Вестн. культуры и искусств / Челяб. гос. акад. культуры и искусств. 2019. № 3 (59). С. 56–66; *Кириллова Н. Б.* Мифотворчество в медиакультуре // Обществ. науки и современность. 2005. № 5. С. 155–165; *Кириллова Н. Б.* «Виртуальная реальность» и «виртуализация культуры» как концепты современной культурологии // Обсерватория культуры. 2017. № 14 (5). С. 524–531; *Мясникова М. А.* Маска объясняет мир / Рец. на кн.: Кириллова Н. Б. Культ маски: исторический контекст. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020 // Изв. Урал. федерал. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27, № 2. С. 223–226.

1. Музыкальные медиа исторически оказались в авангарде тех изменений, которые впоследствии распространились на всю сферу массовой коммуникации. В итоге особенно быстро созревшую внутри них модель стриминга – концепцию и технологию «потокowego» распространения в сети дигитализированного контента – сегодня можно смело назвать ведущей для глобальной медиасреды.

2. Конвергентная рецензия как жанр, построенный на субъективной аналитике непонятного языка музыки, неизбежно задействует мифы – вторичные семиологические системы. Особенно отчетливо процессы мифологизации проявляются в отношении имиджей самих музыкантов и именно в условиях многоуровневой конвергенции медиасреды.

3. Мифологизация имиджа осуществляется как номинация, т. е. придание музыканту имени средствами мультимедийного языка – ёмкого, символически значимого образа. Такое мифологическое определение осуществляется с использованием двух возможных стратегий: номинации проекта-идеи и номинации проекта-героя. В рамках каждой из этих стратегий может действовать набор общеупотребительных и специфических коммуникативных тактик.

Апробация промежуточных результатов работы осуществлялась на международной научно-практической конференции «Мировая журналистика: единство многообразия» (Москва, РУДН, 2018 г.), международной научно-практической конференции «Визуальные медиакommunikation и реклама: новые технологии и методология исследования» (Челябинск, ЧелГУ, 2018 г.), международной научно-практической конференции «Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы» (Челябинск, ЧелГУ, 2019 г.).

Кроме того, исследовательские компетенции автора диссертации подкреплены его профессиональным опытом как практика музыкальных

медиа: работой в жанрах новости, интервью, репортажа и, конечно, рецензии в российской версии журнала Rolling Stone, сетевых и печатных изданиях Modernrock, «Независимая газета», «Новый компаньон». В активе автора также работа с мультимедийным контекстом в PR-отделах крупных российских музыкальных театров – Пермского театра оперы и балета им. П. И. Чайковского и Мариинского театра.

Представленная работа соответствует **Паспорту специальностей ВАК 10.01.10 («Журналистика»)** и отрасли «Филологические науки» (10.00.00) Паспорта специальностей ВАК по следующим направлениям исследований: Журналистика в системе массовой коммуникации (п. 19); Информационные потоки: источники, субъекты формирования. Структурирование информационных потоков (п. 31); Формирование жанров журналистики и их развитие (п. 46).

Объем и структура

Диссертация состоит из Введения, трех глав и Заключения, списка литературы и раздела Приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении определены тема, объект, предмет, цель и задачи исследования, описаны его эмпирическая база и методологическая основа, обоснованы актуальность, новизна, теоретическая и практическая значимость, а также степень разработанности темы и достоверность результатов. Сформулированы научные положения, выносимые на защиту, кратко изложены структура и объем работы, данные об апробации результатов.

В первой главе «Музыкальная журналистика в среде современной массовой коммуникации» представлен обзор актуального состояния музыкальной индустрии с акцентом на ее глубокой медиатизации и в свете медиаконвергенции.

В параграфе 1.1 проанализирована роль медиа в современной модели музыкальной индустрии. Сегодня музыкальная экономика – это экономика каналов коммуникации. Произведения превратились в контент, который агрегируется на площадках сетевых медиа и обычно именно в такой форме встречается слушателю. Стриминговые сервисы создали новую систему координат. В сетевом обществе музыкальная индустрия опирается не просто на другую инфраструктуру, но и на другой тип мышления: обслуживание потоков контента вместо выращивания цельных произведений.

Особое внимание в главе уделено классификации музыкальных масс-медиа. В качестве базовых типов мы выделили сайт-представительство, сервис, социальную сеть, СМИ, онлайн-энциклопедию, для каждого из которых добавили уровень видовой классификации и подобрали примеры действующих ресурсов.

Параграф 1.2 содержит развернутый анализ особенностей и актуальных тенденций развития жанра музыкальной рецензии. Рецензия – в общем смысле письменный разбор, содержащий критическую оценку произведения, – остается центральным аналитическим жанром музыкальной журналистики, но освобождается от некоторых прежних институционально мотивированных ограничений: форматов создания, «упаковки», распространения и т. д. Помимо внешних аспектов конвергенция проявляется и на уровне структуры текста, выражаясь в его креолизации, т. е. в соединении негомогенных частей: вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей другой знаковой системе, нежели естественный язык, – видео, фото, аудио, интерактивного дизайна и т. д.).

Рецензия отражает содержание музыкального произведения одним из следующих способов: письменное вербальное воспроизведение вербального компонента первичного текста (в форме цитаты и пересказа); письменное вербальное воспроизведение невербального компонента

первичного текста, осуществляемое посредством интерсемиотического перевода; аудиовизуальное воспроизведение первичного текста, которое приводит к креолизации рецензии.

В данном случае рецензия является конвергентной не только потому, что содержит вербальный текст, фото, видео, аудио, т. е. функционирует в креолизованном виде, но и потому, что она адаптирована к разным платформам – от сайта до страницы на Facebook, создается автором, берущим на себя функции мультимедийного редактора, доступна для комментирования читателями. Таким образом, рецензия, адекватная сетевой среде, в которой она существует, автоматически становится конвергентной.

Характеризуя тенденции трансформации жанра музыкальной рецензии, мы приходим к следующим выводам. Во-первых, функции современной рецензии постепенно смещаются: от аналитики к сочетанию информационной и организационной функций. Во-вторых, рецензия может быть крайне лаконичной: состоять буквально из двух-трех предложений в формате поста в соцсети. В-третьих, в креолизованной рецензии часто представлен первичный музыкальный текст: дополняющие текст виджеты с аудио- или видеоплеером. В-четвертых, более свободным становится язык, особенно это касается музыкальных блогов.

Параграф 1.3 посвящен специфике мифологизации имиджа музыканта в рецензии. Внешность, поведение, прямая речь и другие качества личности выступают ключевым, но отнюдь не единственным объектом мифологизации: имидж существует в ряду других музыкальных образов, создаваемых музыкантом, а затем интерпретируемых журналистом. Однако именно в имидже особенно ярко сходятся разные коммуникативные интенции: суггестивность того, что говорит о себе музыкант; суггестивность того, что говорит о нем журналист; относительно непредсказуемые эффекты коллективного восприятия аудитории. На наш взгляд, имидж как внешнее выражение персонифицированного мифа –

наиболее адекватная категория для дальнейшего анализа рецензии, поэтому на данном элементе сделан акцент в работе.

В основу методики анализа легла категория мифа, одна из ключевых для понимания истоков мировой культуры и универсальной для исследования новых закономерностей социального бытия. Именно миф придает интерпретации имиджа журналистом, блогером или слушателем видимость основательности, узаконивает свободное, нередко произвольное конвертирование разрозненных музыкальных и околomuзыкальных образов в цельное содержание.

Во второй главе изложены результаты анализа конвергентной музыкальной рецензии на основе идентификации стратегий и тактик мифологизации имиджа.

В параграфе 2.1 изложены принципы собственной методики анализа, в основу которой легли схема разбора журналистского текста, предложенная Г. Лазутиной, а также классификация когнитивных смещений Дж. Бэрона, призванная выявить суггестивные, т. е. связанные с иррациональным внушением, эффекты коммуникации.

Здесь мы обосновываем выбор трех критериев: контент, среда публикации, коммуникативные тактики. В русле последнего действуют эвристики (психологические механизмы коммуникативных искажений).

Для применения разработанной методики на практике (**параграф 2.2**) мы выбрали тексты из широкого спектра источников на английском и русском языках: онлайн-СМИ Pitchfork, сетевой версии журнала FACT Magazine, онлайн-СМИ Colta, блогов Brooklyn Vegan и «Сторона», онлайн-энциклопедии с дополнительными функциями AllMusic, блога в форме телеграм-канала «Новая музыка. Максимально коротко».

В каждой из рецензий мы выявили мифологизированный имидж музыканта: певица Билли Эйлиш как *молодая поп-звезда на своей волне*, группа Yo La Tengo – *адепты инди-рока вне времени*, композитор Леонид Десятников – *эстет на пути к своим корням*, Нэд Рассин, выступающий по

псевдонимом Glitterer, – *герой инди-рока в поисках собственного языка*, певица Alyona Alyona – *сокрушительный хип-хоп-самородок*, академический ансамбль Le Nuove Musiche – *творческие наследники*, инди-музыкант Арсений Креститель – *контрреволюционер повседневности*.

По итогам серии анализов мы выявили значительное количество приемов, в строгом смысле являющихся когнитивными искажениями, но работающих в текстах на правах естественных, даже необходимых элементов в языке рецензий.

Третья глава посвящена критическому осмыслению существующих стратегий и тактик мифологизации имиджа.

В параграфе 3.1 поставлен вопрос о соотношении понятий персонального брендинга и мифологизации имиджа. Вслед за Г. Л. Тульчинским мы выделяем стратегии самоидентификации и социальной эхолалии, а также следующий вариативный набор тактик: фокусировка, соблюдение подлинности, изложение истории, сохранение цельности, готовность к неудачам, положительное влияние на аудиторию, следование успешным примерам, «проживание» бренда, свободное распространение бренда, сбережение бренда как наследства.

В параграфе 3.2 обоснована применимость этих стратегий и тактик в анализе современных рецензий на примере текстов об альбоме «BE» южнокорейской группы BTS. Здесь же проблематизируется тождество бренда и мифа, формулируется разница между этими понятиями с учетом динамики эмоционального воздействия в сетевой среде.

В экономике блогинга виральность, т. е. способность контента распространяться подобно вирусу, обеспечивая экспоненциальный прирост охвата аудитории, – плод вольной, непредсказуемой игры коллективного бессознательного – становится едва ли не ключевым фактором эффективности. В подобных условиях системность и продуманность в сборке бренда теряет смысл – теперь важна его гибкость, даже текучесть.

В параграфе 3.3 очерчены различия между брендом и мифом на примере музыкантов сетевой эпохи. Сегодня артисты-блогеры, добивающиеся коммерческого успеха симптоматично высокими темпами, – например, российский рэппер Моргенштерн, – воплощают собой феномен трикстерской мифологизации имиджа, достаточно хаотичной сборки и ретрансляции личностного бытия, а не планомерного выстраивания персонального бренда.

В этом вопросе весьма точным кажется подход, предложенный музыкантом и продюсером, основателем лейбла «Снегири» О. А. Нестеровым. Его идея заключается в разделении *проектов-идей* и *проектов-героев*¹⁶. Если в проектах-идеях образ артиста искусственно конструируется в соответствии с заранее известными, нередко проверенными практикой параметрами (что особенно характерно для легких поп-релизов), то проект-герой рождается вокруг уже существующего, не лишённого таланта и харизмы музыканта.

Именно название проекта-идеи и название проекта-героя (в данном случае придание артисту цельного имени-образа в одном из двух направлений) можно назвать стратегиями мифологизации имиджа, в рамках каждой из которых может быть реализован набор коммуникативных тактик с применением эвристик.

В параграфе 3.4 описаны ход и итоги эксперимента, целью которого была оценка суггестивных возможностей искусственно сконструированного мифа. Автором работы была написана и распространена конвергентная рецензия. Оценивая реакцию аудитории, мы попытались увидеть, может ли текст побудить читателя воспринимать музыку заданным образом. Согласно гипотезе эксперимента собственно журналистских стратегических и тактических средств достаточно для того,

¹⁶ Максимов И. Олег Нестеров: красота идет с небес // RMA. 2006.19 окт. URL: <https://www.rma.ru/show/smi/93/> (дата обращения: 1.03.2021).

чтобы создать жизнеспособный миф, независимый от мифа, созданного музыкантом.

В ходе эксперимента мы попросили не известного широкой аудитории (для эффекта «чистого листа») талантливого музыканта-любителя Сергея Наумова предоставить для изучения один из своих треков и описать его по заданной шкале ассоциаций. В качестве семантической основы собственной рецензии мы взяли антонимичный представленному автором ряд оценочных эпитетов. Опираясь на свой опыт работы в музыкальной журналистике и ориентируясь на заданный набор характеристик, мы смоделировали конвергентную рецензию на композицию N, расставив соответствующие заданным семантическим константам вербальные и визуальные акценты.

Смоделированную таким образом рецензию вместе с музыкальным треком N и анкетой для слушателя мы опубликовали на платформе конструктора сайтов Tilda (соответствующие иллюстрации доступны в разделе Приложения основного текста диссертации).

Оказалось, что в целом читатели оценивают произведение индивидуально, независимо от интенций автора и рецензента. Следуя своей диалектической природе, миф проходит через фильтры человеческого восприятия и продолжает развиваться по спирали в индивидуальном и коллективном сознании – жить своей достаточно непредсказуемой жизнью.

При этом журналистский текст дает читателю номинации для своих ощущений. Судя по результатам эксперимента, конвергентная рецензия действительно способна стать пространством мифологизации артистического имиджа, но не столько посредством конкретных стратегий и тактик, сколько через отдельные выражения, стилевые отсылки, визуальные триггеры, что соответствует тезису Барта о «похищенном и возвращенном слове».

В Заключении сформулированы итоги и перспективы исследования.

Жанр музыкальной рецензии пережил глубокую трансформацию под действием многоуровневой медиаконвергенции в условиях сетевого общества. Эта трансформация сказывается в том числе на структуре и эффектах применения стратегий и тактик мифологизации имиджа музыканта.

Мифологизация имиджа осуществляется как именование исполнителя средствами мультимедийного языка: от изображения, простой фиксации качеств музыканта – через критическое осмысление рецензентом – к ёмкому, символически значимому имени. Такая мифологизация может осуществляться с использованием двух стратегий: именование проекта-идеи и именование проекта-героя, – а также набора коммуникативных тактик. Каждая тактика, в свою очередь, задействует эвристики, приводящие к смещениям смыслов и образов в сознании читателя. Конвергентная рецензия становится пространством мифологизации имиджа музыканта главным образом через компоненты мультимедийного языка.

В завершение можно выделить **возможные направления** для расширения настоящего исследования в каждом из основных аспектов темы.

Развивая исследование стратегий и тактик управления эмоциями в условиях сетевой коммуникации, необходимо понять, возможно ли в целом планировать, осуществлять и оценивать эффекты воздействия на чувства человека как пользователя конвергентных медиа.

В изучении возможностей конструирования имиджа в среде сетевых мемов (неординарной разновидности мифологем) следует выяснить, каким должен быть музыкант, чтобы понравиться заданному сегменту интернет-аудитории, и что может сделать продюсер для обретения артистом популярности через мем.

В сфере изучения конвергенции медиа полезно определение терминологических границ между понятиями «конвергенция», «медиатизация», «мультимедийность».

Наше исследование показало: конвергентная музыкальная рецензия является отнюдь не узкоспециальной областью, но полем вызревания ряда тенденций, постепенно охватывающих массмедиа в целом. Современная музыкальная рецензия способна стать отправной точкой для осмысления многих принципиальных проблем, связанных с коммуникацией в сетевом обществе.

**ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ
ПУБЛИКАЦИЯХ:**

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ:

1. *Kataev P.* Survivorship Biases: Studies Of The Suggestive Potential Of Mass Media Content // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. PMMIS. 2019. EpSBS. Vol. LXVI. P. 609 – 616. (0,5 п. л.). (WoS).

2. *Катаев П. В.* Музыкальные медиа в сетевом обществе: возможности и вызовы функционального многообразия // Вестн. Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2018. Т. 10, вып. 1. С. 104 – 116. (1 п. л.).

3. *Катаев П. В.* Суггестивность как фактор мифологизации образа артиста: на матер. мультимедийных текстов музыкальных рецензий // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 2 (28). С. 109 – 116. (0,8 п. л.).

4. *Катаев П. В.* Особенности рецензирования музыкальных произведений в конвергентной журналистике // Вестн. Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2020. Т. 12, вып. 3. С. 140 – 148. (0,9 п. л.).

5. *Катаев П. В.* Когнитивное искажение как позиция анализа журналистского текста: на матер. мультимедийных музыкальных

рецензий // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 4 (38). С. 119 – 128. (0,6 п. л.).

Монография

6. *Катаев П. В.* Музыкальные интернет-медиа: роль в практиках межкультурной коммуникации. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2017. 68 с. (4 п. л.).

Другие публикации:

7. *Катаев П. В.* «Фейковые новости» как средство мифологизации артистических образов в современной музыкальной индустрии // Мировая журналистика: единство многообразия: сб. науч. статей. Т. 1. М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2018. С. 319 – 328. (0,45 п. л.).

8. *Катаев П. В.* Текст в квадрате: инстаграм-аккаунт нового городского медиа как формат визуальной коммуникации // Город и медиа: матер. междунар. науч.-практ. конф. «Новые городские медиа в медиаландшафте России», г. Пермь, 1–2 июня 2018 г. Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2018. С. 123 – 136. (0,6 п. л.).

9. *Катаев П. В.* Ошибки выживших: к вопросу об оценке суггестивного потенциала текстов масс-медиа // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы: сб. матер. III конф. PMMIS (Post mass media in the modern informational society), Челябинск, 28–29 марта 2019 г. / под общ. ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. С. 143 – 146. (0,1 п. л.).

Подписано в печать 28 октября 2021 года
Формат 60 ´ 84 1/16. Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 1, 5. Уч.-изд. л. 1,0. Тираж 40 экз.

Отпечатано в типографии «Майер»,
190005, Санкт-Петербург, Троицкий пр., 6