ОТЗЫВ

официального оппонента Дускаевой Лилии Рашидовны
о диссертации Катаева Павла Вячеславовича
«ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРА МУЗЫКАЛЬНОЙ РЕЦЕНЗИИ В КОНВЕРГЕНТНОЙ МЕДИАСРЕДЕ (СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МИФОЛОГИЗАЦИИ ИМИДЖА МУЗЫКАНТА)»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.01.10 – Журналистика

Диссертационное исследование Павла Вячеславовича Катаева посвящено анализу преобразований форм музыкальной журналистики под влиянием дигитализации медиасреды и конвергентности современной журналистики. При этом в качестве материала автор избирает музыкальную рецензию – тип текста, занимающий важное место в коммуникативной массмедийной практике.

Актуальность темы диссертации несомненна и связана, во-первых, с подходом к изучению музыкальной рецензии как к коммуникативному действию, поскольку под рецензией понимается не только оформленный по традиционным канонам аналитический текст, но и реплика, транслируемая в экспертном телеграм-канале: вне учета такой трактовки будет затруднено понимание закономерностей современного речепроизводства и текстовосприятия в медиасреде; во-вторых, с обращением к музыкальному рецензированию, являющимся сегодня полем формирования новых коммуникативных практик; в-третьих, с исследованием новых способов трансляции социально значимых смыслов в массово ориентированной речи.

Бесспорна новизна диссертационного исследования, которая заключается в том, что в нем конститутивные свойства смысловой организации музыкального текста впервые устанавливаются использованием когнитивного механизма мифологизации. Новым представляется и предпринятый автором диссертации комплексный анализ категории имиджа музыканта, формируемый в контексте глобального медиаландшафта. В работе также впервые анализируются преобразованные разновидности музыкальной рецензии, формирование которых обусловлено созданием новых технологических возможностей коммуникации.

Хотелось бы подчеркнуть теоретическую значимость исследования, которая видится в разработке полипарадигмальной методики анализа виртуальной коммуникации, помогающей преодолеть дисциплинарную ограниченность в изучении речевой практики современных средств массовой информации. Работа значима и в плане выявления типологически релевантных признаков смысловой организации текста в поливекторной и хаотичной медиасреде. Исследование, таким образом, вносит вклад в теорию медиатекста и медиалогию.

Практическая значимость полученных автором диссертации результатов видится в возможности применения разработанного в диссертации исследовательского инструментария для разнопланового анализа музыкального дискурса. Результаты и выводы диссертации могут быть полезны для практиков массмедиа в плане совершенствования их текстовой деятельности, а также применимы для учебных дисциплин по направлениям «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью».

Положения, выносимые на защиту, соответствуют цели и задачам, поставленным в исследовании, и находят непосредственное обоснование в диссертационной работе, определяя в то же время ее структуру. Думается, что они могли бы быть представлены детальнее, поскольку в имеющемся виде они беднее содержания работы.

Структура работы. Работа общим объемом 184 с. состоит из введения (с. 3–20), трех глав (с. 8–171), заключения (с. 144–152), библиографического списка (с. 152–172), включающего 178 наименований научно-исследовательской литературы, списка источников иллюстративного материала (с. 173) и приложения (174-184).

В трех параграфах ***первой главы*** «**Музыкальная журналистика в среде современной массовой коммуникации**» (с. 21–69) рассматривается инфраструктура медиатизированного и конвергентного музыкального контента.

В **первом параграфе** анализируется встроенность музыкального контента в координаты медиа: каналы, агрегаторы, особенности функционирования. Автор презентует в этой части работы внутреннюю типологию музыкальных массмедиа, где в качестве центральных выделены сайт-представительство, сервис, социальная

сеть, СМИ, онлайн-энциклопедия.

Во **втором параграфе** этой главы автор выделяет важнейшие векторы развития жанра музыкальной рецензии, указывая, с одной стороны, на сохранение ею лидирующего положения среди других жанров музыкального медиадискурса – новости, анонса, рецензии, интервью, очерка, статьи – с другой стороны, на освобождение при этом от форматов издания, изменение композиционных форм, способов распространения, существенную креолизацию, обогащение невербальной надстройкой – интерактивным дизайном, видео, фото, аудио и т. п. Среди способов отражения содержания музыкального произведения автор указывает на вербальное воспроизведение компонентов первичного текста использованием цитаты и пересказа, вербальное воспроизведение невербального компонента первичного текста посредством интерсемиотического перевода и аудиовизуальное воспроизведение первичного текста, которое приводит к поликодовости рецензии.

Конвергентность рецензии определяется автором не только поликодовым характером ее воплощения, включающим вербальный текст, фото, видео, аудио, но и приспособленностью к трансляции на разных платформах – от сайта до страницы на Facebook, доступностью для комментирования. Автору удается выявить направления эволюции жанра, выделяя в числе важнейших следующие: переход от аналитичности к сочетанию информационного и организационного начал, установку в отдельных случаях на лаконизацию (например, в формате поста в соцсети), креолизацию за счет представления музыкальной основы – виджетов с аудио- или видеоплеером, стилистическую раскованность, особенно в музыкальных блогах.

Третий параграф посвящен раскрытию когнитивных механизмов мифологизации в рецензии. Автор обнаруживает, что иерархия коммуникативных интенций, формирующая жанр рецензии, сходится в имидже, поэтому имидж, будучи экспликацией персонифицированного мифа, вполне резонно становится центральной категорией анализа жанра в диссертации.

Во ***второй главе*** **«Анализ конвергентной музыкальной рецензии: идентификация стратегий и тактик мифологизации имиджа»** (с. 70-108)

излагаются результаты анализа конвергентной музыкальной рецензии, осуществленного установлением стратегий и тактик мифологизации имиджа.

В **первом параграфе** опираясь на семиступенчатую схему анализа журналистского текста, предложенную Г.В. Лазутиной, а также трехкомпонентную классификацию когнитивных смещений Дж. Бэрона, диссертант определяет суггестивные, т. е. связанные с иррациональным внушением, эффекты коммуникации. Здесь изложены принципы авторской методики анализа, в основу которой кладутся три критерия: контент, среда публикации, коммуникативные тактики.

Несомненным достоинством работы, обеспечивающим репрезентативность результатов исследования, является представленный во **втором параграфе** анализ текстов 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 выделен мифологизированный имидж музыканта, например, у певицы Билли Эйлиш – *молодая поп-звезда на своей волне*, у группы Yo La Tengo - *адепты инди-рока вне времени*, у композитора Леонида Десятникова – *эстет на пути к своим корням* и т.д. В результате диссертантом воссоздается широкая картина приемов когнитивных преобразований, использование которых приводит к задуманному в рецензии перлокутивному эффекту.

Функционирующие в музыкальном дискурсе стратегии и тактики мифологизации имиджа диссертант анализирует в ***третьей главе*** **«Стратегии и тактики управления имиджем музыканта»** (с. 109-144).

В этой главе ставится вопрос о соотношении понятий персонального брендинга и мифологизации имиджа. С этой целью в **первом параграфе** для соотнесения понятий персонального брендинга и мифологизации имиджа дается рабочая классификация тактик последнего: 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.

Во **втором параграфе**, демонстрируя применение выделенных стратегий и тактик в рецензии об альбоме «BE» южнокорейской группы BTS с учетом динамики эмоционального воздействия в сетевой среде, диссертант устанавливает семантические и функциональные различия между понятиями бренда и мифа.

В **третьем параграфе** анализируются различия в реализации стратегий брендирования и мифологизации на примере коммуникативной практики артистов-блогеров, которые, приходит автор к выводу, добиваются коммерческого успеха высокими темпами не с помощью планомерного выстраивания персонального бренда, а благодаря мифологизации своего имиджа и хаотичной ретрансляции личностного бытия.

В **четвертом параграфе** описаны ход и итоги эксперимента, проведенного с целью оценить суггестивные возможности искусственно сконструированного мифа. В результате было выяснено, что читатели оценивают произведение вне зависимости от интенций автора и рецензента, миф же, следуя своей природе, преодолевает фильтры человеческого восприятия и развивается в индивидуальном и коллективном сознании непредсказуемо.

Как видим, в диссертации развернут логично обоснованный исследовательский сюжет, благодаря чему автору удалось достичь ~~поставленных~~ заявленных целей и решить поставленные задачи: определить стратегии и тактики мифологизации имиджей музыкантов на материале репрезентативного массива конвергентных рецензий, благодаря планомерному использованию которых создается имидж с заранее заданными параметрами и достигается заданный перлокутивный эффект.

Среди наиболее весомых **результатов** проведенного исследования выделим следующие:

1) разработка адекватной стратегии в отборе и анализе разнообразного эмпирического материала исследования: автор отбирал материал как в специализированных музыкальных СМИ, так и в общественно-политических изданиях, блогах, влогах, подкастах, группах в соцсетях, каналах в мессенджерах

и т. п. с ориентацией на характерное для глобальной медиасреды «потоковое» распространение в сети дигитализированного контента. Благодаря выбранной стратегии автору удалось увидеть не только рыночную конъюнктуру музыкальной индустрии, но и отношения между субъектами внутри нее;

2) осуществление интегративного подхода к изучению музыкальной рецензии, который предполагает исследование объекта не только во взаимосвязи внешних исторических, художественных, технологических, социокультурных и др. процессов, но и с применением институционального анализа в контексте, например, внутреннего развития музыкальной индустрии, позволило выявить трансформацию жанра под действием многоуровневой медиаконвергенции в условиях сетевого общества;

3) определение стратегий и тактик персонального брендинга / мифологизации имиджа раскрыло в рецензии механизмы мифологизации в современной музыкальной культуре, обусловленные сетевым существованием;

4) на основе разработанной в диссертации методики анализа конвергентных музыкальных рецензий в аспекте мифологизации определены приемы когнитивных смещений, вызванных мифологизацией имиджей конкретных музыкантов, очерчены различия между брендом и мифом.

Наконец, хотелось бы подчеркнуть особо: я согласна с мыслью автора о том, что конвергентная музыкальная рецензия является отнюдь не узкоспециальной областью, но полем раннего вызревания ряда тенденций, сегодня охватывающих массмедиа в целом. Справедливо утверждать, что современная музыкальная рецензия способна стать отправной точкой для осмысления многих принципиальных проблем, связанных с коммуникацией в сетевом обществе.

Полученные автором результаты свидетельствуют о несомненной эвристичности диссертации. Выводы рецензируемого исследования вносят вклад в современное жанроведение, медиадискурсологию и медиакритику.

Достоверность полученных результатов обеспечивается квалифицированным анализом текстов (общий объем проанализированных текстов составил около 200 текстов из 67 ресурсов).

Степень обоснованности научных положений, выдвигаемых в диссертации, можно оценить как достаточно высокую, чему в немалой степени способствуют речевые иллюстрации, наглядно представляющие положения, выдвигаемые в ходе анализа.

Замечания сводятся к следующему.

1. При безусловно логично построенной концепции анализа мифологизации как основы музыкального рецензирования в массмедиа остается слабой стороной диссертационной работы лингвостилистический анализ в ней. Приведу лишь один фрагмент диссертации: «Композиционно рецензия развивается от истории Эйлиш и ее нынешнего положения в музыкальной индустрии (абзацы 1-3) до характеристики дебютного альбома (абзацы 4-8). Андерсон пишет на стыке публицистического стиля («выявлять / underscore», «очевидная правда / obvious truth», «доказывать вокальные способности / prove her vocal talents» и др.; вопросно-ответные конструкции) с усиленными элементами художественного («возвещать / trumpet», «грубоватый / lightly gross», «захватывающий / striking», «глянцевые городские пейзажи / sleek cityscape»s и др.) и разговорного стилей («чудаковатый / oddball», «хихиканье между делом / giggling asides», «плакаться / whimper», «броский / snappy» и др.)». Небесспорно само внеконтекстное отнесение слов oddball, whimper или snappy к разговорному стилю, а trumpet или striking к художественному. Исходя из авторского комментария во фрагменте, принадлежность тех или иных отрезков к стилю определяется по отдельным словам, значит стиль – это отдельные, взятые вне речевой системности слова, а текст музыкальной рецензии предстает нарезками художественного, публицистического и разговорного стилей. Это не соответствует современным научным представлениям о функциональном стиле как речевой системности.

2. Представляется не очень удачным использование в тексте диссертации некоторых терминов, например *искажение* и *креолизация*. При употреблении термина «искажение» всегда актуализируется содержащийся в его семантике центральный, денотатный компонент – «отклонение от нормы». Оговорки, сделанные во вступлении и в тексте книги: «*при рассмотрении механизмов творческого восприятия в исследовании термин «искажения» употребляется без*

каких-либо негативных коннотаций – в значении эффектов смещения восприятия под воздействием рецензий» (с. 10), «*во многих сферах деятельности человека когнитивные искажения приводят к деструктивным эффектам, однако в контексте нашей работы они связаны, скорее, с творческим характером обработки информации*», (с.72) – не «работают» для читателя диссертации, поскольку негативное значение закреплено в семантической структуре слова «искажение». Слово *смещение*, предложенное в качестве синонима слову искажению, было бы более уместно.

Не очень удачным мне видится и употребление в диссертации термина *креолизация*. Критическое отношение к его использованию содержится в разных работах. Весьма уместно привести цитату из статьи в словаре-справочнике (Васильева В.В. Поликодовость //Медиалингвистика в терминах и понятиях. М., 2018. С.88-91): «Термин «креолизованный текст» (исп. criollo от criar – кормить, выращивать, выводить) актуализирует воздействующее начало автора на текст, который как бы существовал в неосложненной форме, а затем подвергался креолизации, т. е. получал дополнительные инокультурные свойства. … Поскольку элементы, участвующие в создании таких медиатекстов, гетерогенны … – принадлежат к самым разным знаковым системам – понятия креолизации оказывается недостаточно. В условиях технологического развития в области информационного обмена понятие медиатекста расширяется: важнейшим и необходимым этапом в …анализе становится …понимание поликодовой сущности медиатекста, в котором закладывается мысль о текстовом взаимодействии элементов разных знаковых систем». Не могу не согласиться с автором приведенной статьи и полагаю, что термин поликодовость был бы более уместным.

3. В работе встречаются стилистические огрехи (например: Сближение … происходит не только между знаковыми системами, *но также* между ролями … - с.50; …проблематика … разработана *в* многих философских направлениях и школах), а также опечатки (с.24, 72, 76, 89, 150), из-за которых возникают досадные ошибки (такие как граждан*к*ая журналистика, пропагандис*к*ий, журналис*тк*ий и т.п.).

Высказанные замечания не имеют принципиального характера, не снижают значимости проведенного исследования и не приводят к сомнениям в достоверности сделанных в диссертации выводов; не влияют замечания и на возможность использования полученных автором результатов в теоретическом и практическом аспектах.

Автореферат диссертации полно и всесторонне раскрывает содержание исследования; самостоятельную значимость автореферату придает тот факт, что в нем демонстрируется процедура анализа эмпирического материала. Основные положения диссертации отражены в 8 публикациях автора, 3 из которых – в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

Таким образом, диссертация Катаева Павла Вячеславовича «**Трансформация жанра музыкальной рецензии в конвергентной медиасреде (стратегии и тактики мифологизации имиджа музыканта)**» является самостоятельной законченной научно-квалификационной работой и полностью соответствует требованиям, изложенным в п. 9 действующего «Положения о присуждении ученых степеней» федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», и предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности **10.01.10 – Журналистика.**

Официальный оппонент:
доктор филологических наук (шифр специальности 10.01.10 – журналистика), профессор, профессор кафедры медиалингвистики института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»

Дускаева Лилия Рашидовна

Подпись руки Дускаевой Лилии Рашидовны
УДОСТОВЕРЯЮ
Ведущий специалист по кадрам Зам. начальника Управления кадров Краснова Е.П.

Почтовый адрес:
199034, Россия Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9.
E-mail: spbu@spbu.ru