Отзыв официального оппонента
на диссертационную работу Юань Е
«Развитие музыкальных форматов на современном китайском и российском телевидении: история, тенденции и перспективы»,
представленную на соискание ученой
степени кандидата филологических наук по научной специальности
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Актуальность темы представленного исследования не вызывает сомнений. В XXI веке музыкальные программы объединились с продуктом новой эпохи – реалити-шоу, и создали новый независимый телевизионный формат – музыкальное реалити-шоу. На сегодняшний день музыкальные реалити-шоу вызывают огромный интерес у китайской и российских аудиторий. В настоящее время на телевидении существует большое количество шоу этого формата, которые постоянно экспериментируют в отношении и контента, и формы. В условиях стремительной цифровизации и глобализации медиарынка трансформация телевизионных форматов, в частности, музыкального контента, представляет значительный интерес для научного сообщества. Сравнительный анализ специфики развития музыкальных реалити-шоу в двух крупнейших медиасистемах – китайской и российской – позволяет выявить как общемировые тенденции, так и национально-культурные особенности адаптации и создания форматов. Выбор объекта исследования – музыкальных реалити-шоу – представляется крайне удачным, поскольку данный формат находится на стыке нескольких актуальных процессов: конвергенции СМИ, усиления развлекательной функции телевидения, взаимодействия традиционного ТВ и цифровых платформ.

Ключевой целью исследования, представленного в работе, является выявление форматных особенностей и специфики контент-стратегий российских и китайских музыкальных реалити-шоу в условиях цифровизации. Для достижения поставленной цели Юань Е последовательно анализирует широкий спектр вопросов: уточняет понятие «реалити-шоу», прослеживает историю развития формата на китайском и российском телевидении, определяет характерные черты музыкальных программ и предлагает их типологию. Особое внимание уделяется жанрово-форматным особенностям музыкальных реалити-шоу, а также специфике разработки контент-стратегий для социальных сетей. В заключительной части исследования автор предлагает прогноз относительно дальнейшего развития музыкальных реалити-шоу в цифровую эпоху.

Научная новизна работы, заявленная соискателем, обоснована и подтверждается содержанием автореферата. Действительно, в научном дискурсе, особенно в китайской науке о медиакоммуникациях, ощущается дефицит комплексных исследований, выделяющих музыкальное реалити-шоу в самостоятельный объект изучения. Предпринятая попытка систематизировать и

адаптировать российские теоретические подходы (В.В. Егорова, Е.А. Шерстобоевой, Т.П. Ванченко) к классификации телевизионных программ для анализа китайского контента является плодотворной и способствует развитию сравнительной медиалогии. Предложенная авторская периодизация развития формата (периоды самопроизводства, адаптации и инновации) и типология музыкальных реалити-шоу также вносят вклад в теорию жанров и форматов.

В теоретической части исследования автор проводит комплексный анализ генезиса, типологии и специфики музыкальных реалити-шоу на телевидении России и Китая. Теоретическая часть работы отличается глубиной проработки материала, что позволяет позитивно оценить научную ценность данного раздела. Автор приходит к выводу о том, что музыкальные реалити-шоу представляют собой синтез характеристик музыкальных программ, конкурсов и формата реалити-телевидения. Важным представляется тезис о том, что «популярность музыкальных реалити-шоу неразрывно связана с их уникальным форматом, который, по сути, не меняется».

Особого внимания заслуживает опора на широкий корпус научной литературы, включая работы как российских, так и китайских исследователей, а также ссылки на актуальные данные рейтингов и зарубежные форматы. Теоретическая и методологическая база исследования представляется проработанной и релевантной поставленным задачам. Соискатель демонстрирует знакомство с ключевыми работами как российских (Е.Л. Вартанова, С.Л. Уразова, Л.А. Круглова), так и китайских, и западных исследователей. Методологический аппарат, включающий сравнительный анализ, контент-анализ и качественный анализ публикаций в социальных сетях, является адекватным для решения заявленных исследовательских задач. Эмпирическая база исследования, включающая анализ 6 ключевых программ за продолжительный временной период (2017-2023 гг.) и их контент-стратегий в социальных сетях, выглядит репрезентативной и позволяет получить обоснованные выводы.

Методологическая основа эмпирической главы, включающая исторический, сравнительный анализ и контент-анализ, представляется релевантной для решения поставленных задач. Систематизация музыкальных реалити-шоу по типам («шоу соревнования», «интерактивные шоу», «шоу концерта») и их дальнейшая детализация демонстрируют стремление автора к созданию универсальной типологии.

В эмпирической части исследования автором проводится детальный сравнительный анализ трёх пар музыкальных реалити-шоу в России и Китае: «Голос» / «Голос Китая», «Маска» / «Певец в маске», «Песни от всей души» / «Концерт времени». Эмпирическая база включает данные о рейтингах, долях аудитории, количестве сезонов и выпусков, а также активность в социальных сетях за период с 2017 по 2023 годы. Автор не только описывает форматы и

контент-стратегии шоу, но и выявляет признаки их адаптации к условиям цифровой среды. Так, например, отмечается эффективное использование вирусного распространения контента, фрагментация видеоматериалов для соцсетей, проведение интерактивных опросов и голосований, что соответствует современным трендам медиапотребления. Важным представляется вывод о том, что отсутствие соревновательного элемента в таких шоу, как «Концерт времени» и «Песни от всей души», не снижает их популярности, а, напротив, позволяет привлечь аудиторию, уставшую от классических конкурсных форматов. Это перекликается с тезисом из первой главы о том, что изменения на уровне формы (в данном случае — отказ от соревновательности) могут усиливать вовлечённость зрителей.

Также следует отметить научную ценность проведённого анализа больших данных и цифровых технологий (3D, VR, AR, искусственный интеллект), используемых в производстве шоу. Автор справедливо указывает на то, что технологии не только улучшают зрелищность, но и способствуют иммерсивности и интерактивности.

Вместе с тем, как и в первой части, здесь прослеживается внимание автора к визуализации данных: глава содержит 19 таблиц и 3 схемы, что делает изложение более наглядным и систематизированным.

Перспективным направлением представляется предложение автора о создании «медиаэкосистемы» для музыкальных шоу, где телеканалы, видеохостинги и социальные сети функционируют как единый механизм. Это соответствует общемировым тенденциям конвергенции медиа.

Положения, выносимые на защиту, сформулированы четко и отражают основные результаты исследования. В частности, тезис о нахождении России и Китая на переходном этапе от адаптации к инновации представляет значительный интерес. Выводы о форматных особенностях исследуемых шоу, специфике их локализации, а также о ключевых трендах в контент-стратегиях (акцент на короткие видео, интерактивные форматы) и использовании цифровых технологий (VR, AR, большие данные) имеют как теоретическую, так и практическую ценность для медиаиндустрии.

В заключении соискатель намечает перспективные направления дальнейших исследований телевизионных музыкальных реалити-шоу: например, анализ шоу подобного формата в онлайн-пространстве (главным образом на платформах видеохостингов и социальных медиа).

В качестве **замечаний и рекомендаций**, носящих рекомендательный характер, можно отметить следующее:

1. **Теоретическая основа.** Хотя список литературы обширен, в автореферате хотелось бы видеть более глубокое теоретическое обоснование самого понятия «формат» применительно к телевидению, а также более четкое

разведение понятий «жанр» и «формат» в контексте исследования. Это позволяет усилить концептуальную основу работы.

2. **Сравнительный аспект.** Автор убедительно показывает специфику китайских и российских программ. Однако методология сравнительного анализа могла бы быть раскрыта более подробно. Каковы были конкретные критерии сопоставления, помимо схожести тематики? Как учитывались различия в медиасистемах, регуляторной политике и культурном контексте двух стран?

3. **Анализ социальных сетей.** Вывод о том, что наиболее эффективным типом контента являются короткие видеоролики, ожидаем, но ценность исследования могла бы возрасти, если бы был проведен более детальный анализ вовлеченности аудитории (engagement rate) в зависимости от типа контента и платформы. Также интересно было бы узнать, как контент-стратегии влияют на телевизионные рейтинги программ.

4. **Перспективы развития.** Раздел о перспективах развития, опирающийся на тренды использования технологий, выглядит логичным, но несколько общим. Было бы ценно увидеть более смелые и конкретные прогностические модели или сценарии развития формата под влиянием новых технологий, таких как генеративный искусственный интеллект.

Высказанные замечания не умаляют **общего положительного впечатления** от исследования.

Автореферат свидетельствует о том, что автором проведено масштабное и комплексное исследование, обладающее научной новизной и практической значимостью. Результаты работы могут быть использованы в деятельности телевизионных компаний, медиаменеджерами, а также в учебном процессе по направлениям, связанным с медиакоммуникациями и тележурналистикой. Положения Автореферата соответствуют теме исследования, апробация которого выражена в публикации четырех статей в рекомендованных журналах. Одна статья опубликована в издании, которое входит в базы Scopus и/или Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index), и три статьи опубликованы в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией (ВАК) при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации. Все статьи опубликованы в журналах по научной специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Диссертация Юань Е «Развитие музыкальных форматов на современном китайском и российском телевидении: история, тенденции и перспективы» представляет собой законченную и оригинальную научно-квалификационную работу, в которой разработана и апробирована комплексная методология анализа аудиовизуального журналистского произведения. Данная методология может быть применена не только к телевизионным музыкальным программам, но и к другим типам контента – документальные фильмы, сложносоставные телепрограммы, видеореклама.

Диссертация Юань Е на тему «Развитие музыкальных форматов на современном китайском и российском телевидении: история, тенденции и перспективы» отвечает требованиям п.п. 9, 10, 11, 13 и 14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 23.09.2013 № 842, предъявляемым к кандидатским диссертациям по филологическим наукам.

Автореферат и научные публикации по теме диссертации отражают ее основное содержание и положения, выносимые на защиту.

Таким образом, Юань Е заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки).

Официальный оппонент:
доктор филологических наук, доцент;
заведующий кафедрой журналистики,
рекламы и связей с общественностью
Института медиа и социально-
гуманитарных наук ФГАОУ ВО
«Южно-Уральский государственный
университет (национальный
исследовательский университет)»

Шестеркина Людмила Петровна

15 ноября 2025 г.

Специальность, по которой оппонентом защищена диссертация:

10.01.10 - Журналистика

454080, г. Челябинск,
проспект и м. В.И. Ленина, 7 6
+ 7 (351) 267-93-65
shesterkinalp@susu.ru

Дата 15 ноября 2025 г.
Подпись Л.П.Шестеркиной заверяю

ВЕРНО
Начальник службы
делопроизводства ЮУрГУ
Н.Е. Циулина