

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА 24.2.366.05,
СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ),
ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета от 25 декабря 2025 г. № 14

О присуждении Юань Е, гражданину Китайской Народной Республики, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Развитие музыкальных форматов на современном китайском и российском телевидении: история, тенденции и перспективы» по специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика (по филологическим наукам) принята к защите 23 октября 2025 года (протокол заседания № 7) диссертационным советом 24.2.366.05, созданным на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (ФГАОУ ВО «РГГУ»), Минобрнауки России; адрес: 125047, Москва, Миусская площадь, д. 6, стр. 6; диссертационный совет утвержден приказом Минобрнауки России от 30 марта 2023 года № 571/нк.

Соискатель Юань Е, 01 августа 1996 года рождения.

В 2018 году соискатель окончил бакалавриат Белорусского государственного университета и Хэнаньского университета по направлению «Журналистика», в 2021 году окончил магистратуру факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по направлению «Журналистика», в 2024 году окончил аспирантуру факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика.

На данный момент соискатель не работает.

Диссертация выполнена на кафедре телевидения и радиовещания факультета журналистики Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ имени М.В. Ломоносова»).

Научный руководитель – **Круглова Людмила Алексеевна**, кандидат филологических наук, доцент; ФГБОУ ВО «МГУ имени М.В. Ломоносова», доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Официальные оппоненты:

Дугин Евгений Яковлевич, доктор социологических наук, профессор; заведующий кафедрой телевидения и радиовещания, проректор по научной работе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Академия медиаиндустрии» (ФГБОУ ДПО «АМ/ИПК работников ТВ и РВ»).

Шестеркина Людмила Петровна, доктор филологических наук, доцент; заведующий кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью Института медиа и социально-гуманитарных наук федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)» (ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)»).

– дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО «СПбГУ»), в своем положительном отзыве, составленном и подписанном Быковым Алексеем Юрьевичем, кандидатом политических наук, доцентом, и.о. заведующего кафедрой телерадиожурналистики «СПбГУ» и утвержденном Микушевым Сергеем Владимировичем, кандидатом физико-математических наук, доцентом, проректором по научной работе «СПбГУ», указала, что диссертация Юань Е соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а ее автор, Юань Е, заслуживает присуждения ученой степени кандидата наук по специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика. В отзыве ведущей организации подчеркиваются актуальность проблемы исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

Соискатель имеет 4 опубликованные работы, в том числе по теме диссертации 4 работы, из них в рецензируемых научных изданиях Перечня ВАК по специальности 5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика (по филологическим наукам) опубликованы 4 работы. Публикации соискателя по теме диссертации отражают основные положения и результаты диссертационного исследования. Статьи посвящены особенностям музыкальных программ и их контент-стратегиям в социальных сетях. В них основное внимание уделяется ключевым категориям, содержательным и формальным характеристикам программ данного формата, а также конкретным телепроектам, которые наиболее полно отражают их уникальные черты. Сведения об опубликованных соискателем работах, приведенные в диссертации и автореферате, достоверны.

Наиболее значимые работы соискателя по теме диссертации:

1. *Юань, Е, Круглова, Л.А.* Музыкальные реалити-шоу в Китае и России: сравнительная характеристика // Меди@льманах. 2023. № 5(118). С. 23–29.

В статье приводятся результаты исследования трех китайских («Голос Китая», «Певец в маске», «Концерт времени») и трех российских («Голос», «Маска», «Песни от всей души») музыкальных реалити-шоу. Авторы сравнивали версии шоу по следующим параметрам: особенности формата, каналы трансляции, аудиторные данные и контент-стратегии в социальных медиа.

2. Юань, Е, Круглова, Л.А. К вопросу о типологии телевизионных музыкальных программ в России и Китае // Известия Уральского государственного университета. 2024. № 2. С. 46–58.

В статье исследуются современные российские и китайские телевизионные музыкальные программы и различные подходы к их классификации в России и Китае. Авторы приходят к выводу, что на сегодняшний день в отечественном научном дискурсе существует проблема определения данных программ и их классификации, так как существующие классификационные подходы очень сильно разнятся. Авторы на основе предложенных ранее типологий пытаются классифицировать российские и китайские телевизионные музыкальные программы.

3. Юань, Е Форматные и содержательные особенности современных телевизионных музыкальных реалити-шоу в России и в Китае // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13, № 4. С. 789–804.

В работе представлены результаты исследования особенностей рейтинговых музыкальных реалити-шоу, которые выходили на российских и китайских телевизионных каналах. Были поставлены следующие цели: проанализировать специфику музыкальных реалити-шоу как особого телеформата, определить жанровые характеристики музыкальных программ, выявить ключевые моменты возникновения музыкальных реалити-шоу, рассмотреть развлекательные функции реалити-шоу, определить форматные и содержательные характеристики.

4. Юань, Е. Контент–стратегии телевизионных музыкальных программ в социальных медиа // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2024. № 4. С. 173–178.

В статье анализируются контент рейтинговых китайских и российских музыкальных программ «Голос Китая» и «Голос», «Маска» и «Певец в маске» на новых технологических платформах, а также специфика контент-стратегий шоу в цифровом пространстве. Основная цель исследования – выявить факторы эффективности привлечения потенциальной аудитории, сохранения целевой аудитории и продвижения самих программ.

На диссертацию поступили отзывы:

1) официального оппонента, Дугина Е.Я. (ФГБОУ ДПО «АМ/ИПК работников ТВ и РВ»), в котором отмечено: «Работа посвящена глубокому изучению современного гибридного формата — музыкального реалити-шоу в условиях цифровой трансформации медиа. Научная новизна обоснована на нескольких уровнях: рассмотрение формата как самостоятельного, разработка его типологии и периодизации. Автор успешно проводит теоретический анализ,

разграничивая ключевые понятия, и адаптирует классификации российской научной школы к китайскому контексту. Методология (качественно-количественный, компаративный анализ) признана адекватной. Проведён содержательный анализ шести ключевых шоу в России и Китае, исследуются их контент-стратегии в социальных сетях, что позволяет выявить как общие тренды, так и национальную специфику. Исследование содержит весомые защищаемые положения о стадиях развития формата, его жанровой самостоятельности, особенностях франшиз и оригинальных шоу, а также о роли цифровых технологий и стратегий в социальных медиа. Выводы и рекомендации работы имеют прикладную ценность для телевизионных продюсеров и могут быть использованы в образовательном процессе. Критические замечания касаются следующих аспектов исследования: 1. Недостаточная ясность в классификации. 2. Недостаточное теоретическое обоснование для включения "шоу-концертов": для программ типа «Песни от всей души», которые автор сам не считает полноценными реалити-шоу, необходимо более убедительное объяснение их включения в основную выборку исследования в качестве музыкальных реалити-шоу. 3. Ограниченность эмпирической базы по российским шоу (в части технологий)»;

2) официального оппонента, Шестеркиной Л.П. (ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)»), в котором отмечается: «Тема признана бесспорно актуальной. Музыкальное реалити-шоу как гибридный формат на стыке конвергенции СМИ, развлечений и цифровизации представляет значительный научный интерес. Сравнительный анализ китайской и российской медиасистем позволяет выявить и глобальные тренды, и национальную специфику. Новизна обоснована, особенно в рамках китайской науки о медиакommunikациях, где подобные комплексные исследования дефицитны. Успешная адаптация российских теоретических подходов к китайскому контенту способствует развитию сравнительной медиалогии. Предложенные автором периодизация (самопроизводство, адаптация, инновация) и типология формата вносят вклад в теорию жанров. Теоретическая часть отличается глубиной, автор демонстрирует знакомство с широким корпусом российской, китайской и западной литературы. Методологический аппарат (сравнительный, контент-анализ, анализ соцсетей) адекватен задачам. Анализ трёх пар программ (РФ/Китай) за 2017-2023 гг., включая данные рейтингов и активность в соцсетях, является репрезентативным. Использование 19 таблиц и 3 схем повышает наглядность и систематичность изложения. Положения на защиту четко сформулированы и отражают ключевые результаты: переходный этап развития формата, специфика локализации, тренды в контент-стратегиях (короткие видео, интерактив) и роль цифровых технологий (VR, AR, большие данные). Выводы имеют ценность для медиаиндустрии. Критические замечания и рекомендации относятся к следующим аспектам работы: 1) Желательно более глубокое теоретическое обоснование самого понятия «формат» применительно к ТВ и более четкое разграничение понятий «жанр» и «формат» в контексте исследования для усиления концептуальной основы. 2)

Методология сравнительного анализа могла бы быть раскрыта подробнее. 3) Ценность исследования возросла бы при более детальном анализе вовлеченности аудитории в зависимости от типа контента и платформы, а также влияния контент-стратегий соцсетей на телевизионные рейтинги. 4) Раздел о перспективах, основанный на трендах технологий, выглядит логично, но несколько общим»;

3) ведущей организации «СПбГУ», в котором отмечается: «Работа посвящена актуальной и малоизученной проблеме. Исследование производит впечатление комплексного подхода, интегрирующего исторический, типологический и стратегический анализ в контексте цифровой трансформации медиа. Автор демонстрирует глубокое понимание предмета, умело сочетая теорию с практикой. Работа характеризуется четкой структурой и системным подходом к анализу динамичного контента. Научная новизна убедительно обоснована. Значимым вкладом признается выделение музыкального реалити-шоу как самостоятельного объекта, разработка адаптированной типологии на основе российской теории жанров и анализ влияния цифровых технологий (VR, AR, Big Data) на формат. Методологическая основа (сравнительный анализ, контент-анализ, анализ соцсетей) адекватна целям. Эмпирическая база, охватывающая значительный массив ТВ-программ и их цифровую репрезентацию, обеспечивает необходимую фактологическую основу. Детальный сравнительный анализ трёх пар программ методически корректен. Критические замечания и рекомендации относятся к следующим аспектам работы: 1) В разделе о формате отсутствует отсылка к более широкому академическому контексту. 2) Анализ причин выявленных различий в контент-стратегиях и аудиторных показателях мог бы быть более глубоким. 3) Желательна более критическая оценка источников данных. 4) Раздел о перспективах развития носит в большей степени описательный характер. Было бы ценно увидеть более сфокусированный прогноз по определяющим трендам в среднесрочной перспективе (например, гиперперсонализация на основе ИИ, развитие иммерсивных VR-шоу) и анализ барьеров для внедрения новых технологий».

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью оппонентов и сотрудников ведущей организации достижениями в данной отрасли науки, профилем их научных исследований и опубликованными работами по теме диссертации.

На автореферат диссертации поступил отзыв:

1) Суворова А.А. (кандидат филологических наук, доцент кафедры общего литературоведения и журналистики Института филологии и журналистики федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»), в котором отмечено: «Работа признана актуальным и самостоятельным исследованием, погружающим в область цифровой трансформации медиа, конвергенции платформ и изменения зрительских привычек. Сравнительный анализ двух крупных медиарынков

(Китая и России) придает исследованию уникальность и научную значимость, позволяя выявить общие тренды и специфику. Новизна обоснованно видится в: 1) Систематизации музыкального реалити-шоу как самостоятельного типа телепродукта. 2) Разработке оригинальной типологии на основе синтеза российских теорий и китайского эмпирического материала. 3) Комплексном анализе контент-стратегий в социальных сетях как неотъемлемой части существования ТВ-формата в цифровую эпоху. Критические замечания касаются следующих аспектов исследования: 1) Критерии перехода между стадиями: требует уточнения набор количественных и качественных критериев, определяющих переход от стадии адаптации к инновационной стадии в развитии формата. 2) Оценка влияния конкретных технологий: целесообразно провести более детальный анализ влияния конкретных цифровых технологий (например, искусственного интеллекта) на производство телевизионного контента. 3) Анализ непосредственной реакции аудитории: Перспективным представляется включение в анализ исследования прямой реакции аудитории (через комментарии и показатели вовлеченности) на различные типы контента в социальных сетях».

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований впервые:

разработана концепция, согласно которой музыкальное реалити-шоу представляет собой самостоятельный гибридный формат, сформировавшийся на стыке музыкальных программ и реалити-телевидения в условиях цифровой эпохи;

предложена авторская периодизация развития музыкальных реалити-шоу в России и Китае, включающая этапы самопроизводства, адаптации и инновации;

доказано, что ключевой особенностью формата в цифровой среде является диверсификация контент-стратегий в социальных сетях, основанная на фрагментации контента и интерактивном вовлечении аудитории, а также активное использование технологий (VR, AR, большие данные) для усиления зрелищности и иммерсивности.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что:

разработана и апробирована многоуровневая типология музыкальных реалити-шоу, адаптирующая подходы российской теоретической школы к китайскому медийному контексту;

осуществлён комплексный сравнительный анализ эволюции, форматных особенностей и цифровых стратегий ключевых программ двух крупных и структурно различных медиасистем — китайской и российской;

На основе анализа обширного эмпирического материала (шесть программ за период 2017–2023 гг., их рейтинги и активность в социальных сетях) выявлены как общемировые тренды, так и национально-культурная специфика развития формата;

обоснована научная позиция о переходном характере современного этапа развития музыкальных реалити-шоу в России и Китае — от адаптации международных форматов к стадии инноваций.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны практические рекомендации по оптимизации производства и продвижения музыкальных реалити-шоу, применимые телевизионными продюсерами и медиаменеджерами обеих стран;

Результаты и выводы диссертации могут быть использованы в образовательном процессе при преподавании дисциплин, связанных с медиакоммуникациями, тележурналистикой, теорией и практикой современных медиаформатов. Проведённый анализ контент-стратегий в социальных сетях и использования цифровых технологий предлагает конкретные инструменты для повышения вовлечённости аудитории и построения эффективной медиаэкосистемы вокруг телевизионного продукта.

Оценка достоверности результатов исследования выявила следующее:

диссертационное исследование базируется на методологическом подходе, при котором музыкальные реалити-шоу рассматриваются как самостоятельный гибридный формат, а их развитие анализируется через призму конвергенции традиционного телевидения и цифровых медиа в условиях трансформации аудиторных практик;

эмпирической базой послужил репрезентативный корпус источников: записи телевизионных программ (2017–2023 гг.), данные медиаизмерений (Mediascope, CSM Media Research), контент официальных аккаунтов программ в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, TikTok, Weibo и др.), а также научные работы российских, китайских и западных исследователей в области медиакоммуникаций, телевидения и цифровых технологий.

Личный вклад соискателя состоит в непосредственном участии во всех этапах исследовательского процесса; в самостоятельном определении теоретико-методологических основ, сборе, обработке и интерпретации эмпирических данных; во всестороннем сравнительном анализе российских и китайских программ; в разработке оригинальной периодизации и типологии музыкальных реалити-шоу; в выявлении специфики их контент-стратегий в социальных сетях и роли цифровых технологий. Кроме того, личный вклад автора заключается в апробации результатов исследования на научных конференциях, а также в подготовке и публикации ряда научных статей по теме диссертации в рецензируемых изданиях, входящих в перечень ВАК и международных баз данных. Диссертационная работа Юань Е является завершённым самостоятельным научным исследованием, выполненным на высоком научно-теоретическом уровне, вносящим вклад в изучение эволюции, форматных особенностей и цифровых стратегий музыкального реалити-шоу в кросс-культурной перспективе.

В ходе защиты диссертации были заданы следующие вопросы:

1) Почему вы выделили реалити-шоу как самостоятельный отдельный жанр музыкальной журналистики?

2) Вы можете назвать какие-нибудь различия китайских реалити-шоу и российских?

3) В третьем положении Вы пишете, что основная функция реалити-шоу, — это функция рекреативная. Какие еще функции вы выделяете?

Соискатель Юань Е ответил на задаваемые ему в ходе заседания вопросы и привел собственную аргументацию:

1) Музыкальное реалити-шоу является комплексным типом, который мы выделяем как самостоятельный по следующим критериям. Во-первых, по сравнению с музыкальными программами, музыкальные реалити-шоу подчеркивают отсутствие сценария, аутентичность, участие обычных людей, соревновательность и интерактивность, в то время как традиционные музыкальные программы (например, концерты, интервью) больше ориентированы на художественную презентацию или передачу информации. Во-вторых, по сравнению с реалити-шоу, музыкальное реалити-шоу вращается вокруг музыкального исполнения, структурно сочетая в себе соревнование, нарратив и взаимодействие, тогда как обычные реалити-шоу могут быть больше сфокусированы на документалистике повседневной жизни, играх или социальных экспериментах.

2) В Китае преобладали соревновательные форматы (например, «Голос Китая»), но сейчас наметился тренд на «де-конкурность» — шоу становятся более камерными, эмоциональными, с акцентом на истории и эстетике (например, «Концерт времени»). Важна связь музыки с национальной культурой и коллективной памятью. И в Китае сейчас есть правило «ограничение развлечения», поэтому контент шоу фокусируется на позитивной энергии. В России сохраняется сильный акцент на соревновательности, драматизме и развлечении (например, «Маска»). Даже в тёплых по тону программах (например, «Песни от всей души») сохраняется презентационность и эмоциональность. Больше внимания уделяется обычным людям, их судьбам и искусству как таковому. Я думаю, что это совпадает с характером русских зрителей.

3) Основная цель музыкальных реалити-шоу, это развлечение. В Китае присутствует еще и воспитательная функция в сочетании с образовательной. Это называется эдьютейнмент. Третья функция — это политейнмент, особенно в Китае. Я только сказал, что в Китае есть правило «ограничение развлечения», поэтому весь контент шоу фокусируется на позитивной энергии — в данном случае — на единстве народов.

На заседании 25 декабря 2025 г. диссертационный совет принял решение за решение научной задачи, имеющей значение для изучения современных проблем телевизионной журналистики России и Китая присудить Юань Е ученую степень кандидата филологических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 8 человек, из них 8 докторов наук по научной специальности

рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 11 человек, входящих в состав совета, дополнительно введены на разовую защиту 0 человек, проголосовали: «за» – 8, «против» – 0, недействительных бюллетеней – 0.

Председатель
диссертационного совета

Ученый секретарь
диссертационного совета

25.12.2025



М.П. Одесский

Ю.Г. Бит-Юнан