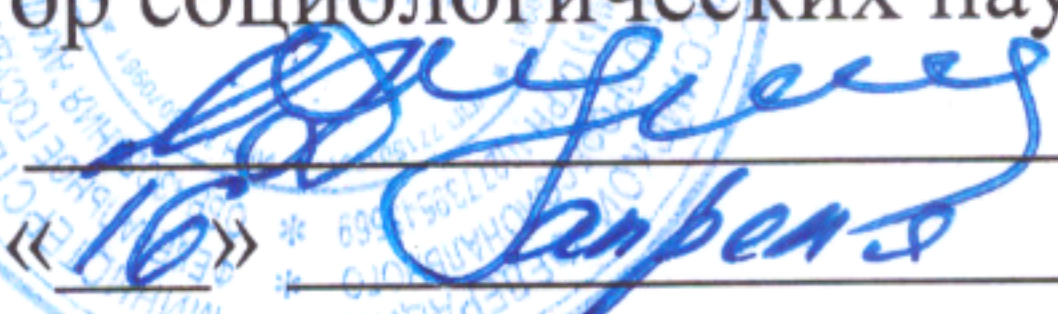


УТВЕРЖДАЮ
И.о. проректора по научной работе
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»,
доктор социологических наук, профессор
 Е.Я.Дугин
«16» * 2025 г.

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

о диссертации Лю Синь «Аттракция телесериала как инструмента формирования имиджа: аксиологические и мультимедийные механизмы», представленной к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки) в Диссертационный совет ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Несмотря на динамичное развитие цифровых платформ, телевидение сохраняет статус влиятельного и востребованного медиаканала. В рамках научного анализа его роли в современном информационном поле особый интерес представляет исследование Лю Синь, посвящённое ценностным аспектам телевизионного контента. Автор исследует, как сочетание аксиологических установок и мультимедийных технологий формирует мировоззрение аудитории, воздействуя на эмоциональную сферу и моделируя социально значимые образы. Этот междисциплинарный подход позволяет по-новому оценить значение телесериалов как инструмента медиакоммуникации, что подчёркивает научную значимость работы в контексте изучения медиавоздействия.

Автор уточняет границы исследования, определяя телесериал «Симфонический роман» в качестве значимого медиасобытия с широкой аудиторией в России и Китае. Большое значение имеет подробное и всестороннее авторское обоснование выбора данного телесериала для решения исследовательских задач. Соискатель успешно разграничивает **предмет и объект** исследования, определяя объектом социокультурную концептосферу многосерийного телесериала «Симфонический роман» как результата процессов конвергенции медиакультуры, и выделяя предметом комплекс аксиологических и мультимедийных механизмов аттракции в телесериале «Симфонический роман» как инструменте продвижения имиджа Китая в России. Объём телесериала в 42 серии общей продолжительностью 1890 минут экранного времени позволяет собрать достаточную эмпирическую базу для получения достоверных и объективных результатов.

Структура исследования демонстрирует логическую стройность: гипотеза и ключевые выводы органично соотносятся с поставленными целью

и задачами. Это обеспечивает целостность работы, подчёркивает обоснованность выбранного научного подхода и задаёт чёткую траекторию исследования – от исходной концепции до практических результатов. Такая системность усиливает убедительность авторской позиции и подтверждает научную ценность проведённого анализа.

Необходимость выявить потенциал имиджевого воздействия в связи со специфической ролью телесериала в формировании определенных мировоззренческих установок, усиливающих социокультурную значимость, определила перечень задач, а также очередность их решения в рамках структуры работы. Прежде всего, автор обращается к изучению научно-теоретической базы, осмысляет состояние актуальных научных исследований российских и китайских учёных относительно становления и развития телевизионного сериального сегмента. Важно, что ценностное наполнение медиаобразов телесериала, демонстрирующегося за рубежом, автор рассматривает как важное условие его эффективности в качестве инструмента мягкой силы воздействия и формирования образа нового Китая, характеризующегося не только прагматичностью (как общепризнанным стереотипом китайского характера), но и поэтичностью, что позволяет ему успешно раскрыть тему и достичь поставленной цели (с.5).

Автор строит исследование в рамках **гипотезы**, в которой совмещает несколько направлений: телевизионная журналистика, телесериалы, цифровизация медиаформата, имиджелогия, аксиология и медиалингвистика, а также языковые и стилистические особенности телевизионного вещания. Такой многовекторный подход демонстрирует умение соискателя всесторонне подойти к решению рассматриваемой проблемы, и создает перспективы для дальнейшей разработки теоретических исследований в области телевизионного вещания в частности и медиасферы в целом.

Автор не только внимательно и тщательно прорабатывает эмпирический материал, убеждаясь в его релевантности и соотнесённости с объектом и предметом исследования, но и осуществляет его подробный контент-анализ в соответствии с положениями, выносимыми на защиту. Лю Синь удаётся выстроить сложную последовательную конструкцию, уделив достойное место языковым и стилистическим приёмам, выявленным в текстовом массиве телесериала, который и является объектом основного эмпирического исследования. Автор выявляет особую медиакоммуникационную природу телесериала «Симфонический роман», которая заключается в сочетании вербального и музыкального языков, что определяет особую аттрактивную ценность его аксиологической концептосферы.

Автор подчёркивает, что подобные телесериалы становятся новыми форматами, позволяющими актуализировать имидж современного Китая, обращая внимание не только на его материальные завоевания, но и на духовную самобытность.

Следует отметить тщательность соискателя в отборе и анализе большой источниковой базы, носящей междисциплинарный характер, в которую вошли труды ведущих учёных по журналистике, телевещанию, цифровым

медиакоммуникациям, медиалингвистике, массовым коммуникациям и онлайн-журналистике. Такой подход позволил автору подготовить исследование, которое обладает научной новизной, вносит существенный вклад в теорию журналистики, медиакоммуникации и имиджелогии.

Научная новизна диссертации заключается как в постановке проблемы, так и в осмыслении особенностей медиапредставления ценностной картины современного Китая через репрезентацию культурных кодов, определяющих доминантные характеристики телесериала «Симфонический роман» как конвергентного художественно-медийного продукта. При этом автору удаётся обобщить теоретические подходы к изучению телесериала с учётом социокультурной и медиакоммуникационной специфики. Он дополняет комплекс характеристик аттрактивности телесериала как результата конвергенции медиакультуры, выявляет доминантные характеристики телесериала как конвергентного художественно-медийного продукта; определяет специфическое сочетание нарративности, поликодовости и прецедентности в качестве ключевого фактора уникальности аксиологической концептосферы телесериала; систематизирует комплекс аксиологических и мультимедийных механизмов аттракции как инструмента формирования имиджа; выявляет языковые и стилистические средства аттракции телесериала «Симфонический роман».

Достоверность полученных результатов подтверждается применением общенаучной и конкретно разработанной методологической базы, грамотным и системным совмещением общих и частных методов исследования, соответствующих его профилю, в частности аксиологический метод, обеспечивающий выявление и исследование ценностных ориентаций и мотивов, что позволяет объективировать и верифицировать полученные результаты.

Теоретическую значимость исследования определяет его вклад в уточнение теории телевизионной журналистики в условиях роста её аксиологической ценности и в контексте специфической роли телесериалов в продвижении имиджа страны за рубежом. Автор вводит в теорию имиджелогии понятие межкультурной аттракции; формирует перечень классификационных признаков концептосферы, значимых для теории медиакоммуникации; определяет лингвистические маркеры имиджевой аттрактивности; разрабатывает принципы комплексного дискурсивного анализа вербальных и невербальных средств аттрактивности в телесериале.

Безусловно, значимы результаты диссертации и с позиции её **практической ценности**, как для обновления программ спецкурсов по тележурналистике, медиакоммуникации, медиалингвистике, так и для создания новых программ по дополнительному образованию, профессиональной переподготовке и повышению квалификации для специалистов в сфере медиакоммуникаций, связей с общественностью, производства телевизионных сериалов и тележурналистов. В диссертации сформулированы важные практические рекомендации, позволяющие глубже

понять социокультурную специфику Китая при организации российско-китайского взаимодействия.

В первой главе **«Теоретические подходы к роли телесериала в становлении конвергентной медиакультуры как демонстратора имиджа»** автор осуществляет анализ научной литературы в контексте своей темы, гипотезы и поставленной цели. Одновременно соискатель уточняет понятийный аппарат исследования, всесторонне охватывающий проблемы создания и функционирования современных телесериалов в условиях формирования глобальной медиакультуры и потребностей в продвижении имиджа. В результате осмысления концептуальных функций телевидения автор подтверждает, что телесериалы становятся одним из ярких проявлений новых трансмедийных возможностей телевидения (с.31). Автор отмечает значимость горизонтального и вертикального типов диффузии в применении к телесериальной медиакультуре. Это подготавливает почву и основания для дальнейшей работы над материалом исследования, позволяет говорить о преобразовании форматов и развитии тех тенденций, которые опираются на базовые характеристики и одновременно учитывают новые особенности коммуникативных ситуаций. Лю Синь рассматривает телесериал в качестве нарратива, который может способствовать поддержке позитивного имиджа государства за рубежом.

Автор видит в телесериале возможности разработки единой ценностной шкалы, которая может стать медийным инструментом для определения ценностной траектории, общей для аудитории разных стран. Он рассматривает концептосферу телесериалов не только с точки зрения специфики национальной культуры, но и в аспекте сближения с другими культурами с целью влияния на общественное мнение зарубежной телеаудитории. Лю Синь выявляет художественно-медийную природу телесериала как конвергентного жанра. Особенно интересны наблюдения автора по поводу разделения медиаобразов по трём уровням: система главных и второстепенных персонажей, в образах которых обобщаются наиболее характерные, типичные характеристики, обусловленные национально-культурными и наднациональными нравственно-этическими нормами; национальная культура, в рамках которой только и возможно проявление лучших качеств сюжетных персонажей; идеальный медиаобраз ценностной картины, воздействующей на мировоззрение аудитории (с. 58-59).

Вторая глава **«Доминантные характеристики телесериала «Симфонический роман»** посвящается всестороннему изучению особенностей создания телесериала, в том числе в аспекте его нарративного своеобразия, а также функциональной специфики телесериала как фактора его аттрактивности. Автор подробно описывает общие характеристики и особенности данного телесериала, а также определяет его дуализм как образца дорамы, который в переводном русскоязычном варианте приобретает черты публицистичности и стремится к переходу на уровень художественного фильма. Особенно интересным представляется суждение о социокультурной феноменальности этого телесериала как единства культуры и социальности,

носителя совокупности ценностей и норм. Соискатель подчёркивает, что этот телесериал «можно рассматривать как особый тренажёр, транслирующий правила жизни, культурные установки» (с. 79).

Рассматривая нарративное своеобразие «Симфонического романа», автор определяет его нарративную модальность в совокупности с лиричностью как систему принципов и воззрений, которые отображаются в сюжете (с. 85). Заметным результатом становится вывод соискателя о том, что наряду с открытыми позициями рассказчика и персонажа в этом телесериале присутствует позиция автора-нарратора, которая «воздействует на аудиторию имплицитно, через поведение и речь персонажей» (с. 88).

Заслуживает внимания позиция автора в отношении аттрактивности как качества намного более значимого, чем просто привлекательность. Лю Синь предлагает рассматривать аттрактивность как феномен, имеющий комплексную — социальную, когнитивную, психологическую и собственно лингвистическую — природу. Безусловным личным достижением соискателя является вывод о том, что «наряду с речевыми приёмами формирования аттрактивности музыка выступает как особый язык, обладающий специфическими возможностями для формирования привлекательности телесериала» (с. 93). Не менее интересно мнение автора об общих или различающихся аттракторах для национального и интернационального сегментов аудитории, которое позволяет обосновать «мультиаттрактивность телесериала как инструмента продвижения ценностей во внутренней аудитории и имиджевого инструмента при трансляции телесериала в чужой стране» (с. 101).

Третья глава «Телесериал «Симфонический роман» в контексте массовой коммуникации» последовательно рассматривает креолизованную концептосферу телесериала как художественного произведения, его мультимедийность и поликодовость как участника массовой коммуникации, его аттрактивный потенциал и лингво-аксиологические маркеры аттрактивности. Текст этой главы исследования выстроен логично, снабжен большим количеством иллюстративных примеров с их подробным разбором. Это придаёт тексту чёткость и наглядность, позволяет ясно проследить ход авторских рассуждений и убедиться в его достоверности и логичности.

Рассуждая о телесериале как о художественном произведении, автор одновременно выявляет значимость его художественных качеств как массмедийных аттракторов, с помощью которых «появляется возможность создавать позитивный образ молодого образованного Китая, сохраняющего свою самобытность, но одновременно разделяющего общечеловеческие нравственные ценности и стремящегося к освоению мировой культуры» (с. 110).

Особенно важной представляется идея о музыке как о специфическом мультимедиаканале, благодаря которой автор идёт в своих рассуждениях дальше и доказывает, что «музыка может быть рассмотрена в двух ипостасях: и эмоциональная иллюстрация события, и важный компонент невербальной коммуникации» (с. 119). На основании этих результатов автор приходит к

выводу о специфической поликодовости, которая «усиливается за счёт привлечения музыкальной знаковой системы, существующей в этом произведении на равных с другими знаковыми кодами» (с. 121). Соискатель отводит музыке важное место как инструменту воспитания эмоций, благодаря которому «закодированные аудиовизуальные смыслы переходят в более высокое качество творческой игры, вовлекающей аудиторию в освоение содержания и принятие продвигаемых ценностей» (с. 122). Значимым представляется утверждение автора о том, что «классическая музыка выполняет высокую миссию интерпретации Китая как цивилизованной страны, понимающей и разделяющей европейский менталитет» (с. 129).

Не менее интересны выкладки автора о «прибавочной стоимости» музыкального аттрактора, который меняет ценностную картину (с. 125), а также утверждение о том, что «аттрактивность телесериала формируется благодаря амбивалентному сочетанию вербального и невербальных компонентов при ведущей роли аудиоформата» (с. 127).

Именно в третьей главе автор предпринимает подробнейший жанрово-тематический анализ по примерам языковых и стилистических маркеров аттрактивности, которые автор называет лингво-аксиологическими маркерами. Итоговый вывод соискателя о том, что «медиакоммуникационная природа телесериала «Симфонический роман» действительно определяет аттрактивную ценность его концептосферы, реализованной в языковой и функционально-стилистической специфике, и позволяет обновить и актуализировать имидж современного Китая, предлагаемый российской аудитории» (с.149), представляется обоснованным и логично завершает цельное и связное научное исследование.

Основные положения диссертации полноценно и адекватно отражены в автореферате и опубликованных статьях.

В то же время, в процессе прочтения работы возник ряд **критических замечаний**, которые требуют пояснения.

1. Хотелось бы уточнить авторскую позицию по поводу различий и сходств между такими понятиями, как гибридность, синкретичность и конвергентность, которые употребляются в работе в связи с рассуждениями о специфике жанра телесериала. Каковы основания одновременного использования автором этих терминов?
2. На наш взгляд, в работе осталось неуточнённым какое именно значение автор вкладывает в такое понятие, как «социокультурная феноменальность», которое предложено в исследовании. Нужны дополнительные разъяснения.
3. Хотелось бы уточнить позицию автора и по поводу телепублицистики, к которой он предлагает отнести телесериал «Симфонический роман», одновременно выявляя в нём черты и драмы, и художественного фильма.
4. Также необходимо уточнить позицию автора по поводу ценностной шкалы как имиджевого инструмента, так как в работе отсутствует пояснение по поводу принципов ее разработки, как утверждает автор. Как именно связаны ценностная шкала и имидж?

В то же время высказанные замечания не снижают положительного впечатления от работы и не умаляют значения диссертационного исследования.

Заключение о соответствии диссертации установленным критериям. Диссертация представляет собой самостоятельное и завершённое исследование, в котором автор решает важную задачу, связанную с особенностями актуализации научных исследований экранных медиа на основе аксиологического подхода.

Научный труд актуален, имеет теоретическую значимость, практическую ценность, отличается научной новизной, вносит существенный вклад в развитие теории журналистики, медиакommunikаций и медиалингвистики, а полученные в нём результаты объективны и достоверны.

Диссертация «Аттракция телесериала как инструмента формирования имиджа: аксиологические и мультимедийные механизмы» соответствует требованиям п. 2.2 раздела II Положения о совете по защите диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», утверждённого учёным советом РУДН 22.01.2024 г., протокол № УС-1, а её автор, Лю Синь, заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9 Медиакommunikации и журналистика (филологические науки).

Отзыв подготовлен кандидатом филологических наук, профессором кафедры телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» А.В. Соколовым, обсужден и единогласно утверждён на заседании кафедры, протокол № 2 от 16 апреля 2025 года.

Профессор кафедры телевидения и радиовещания
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»,
кандидат филологических наук

 Соколов
Александр Владимирович

Заведующий кафедрой телевидения и радиовещания
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»,
доктор социологических наук,
профессор



 Дугин
Евгений Яковлевич

Лица, подписавшие документ, выражают согласие на обработку персональных данных.

Адрес: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.
Телефон: +7(495)689-01-46
Электронная почта: a.sokolov@academedia.ru