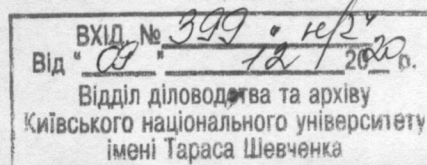


ВІДГУК
офіційного опонента на дисертацію
Суської Ольги Олександрівни
«Інформаційне поле персоніфікованого суб'єкта
в медіапросторі сучасного суспільства» подану на здобуття наукового
ступеня доктора соціологічних наук
за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Всеохоплюючі і динамічні процеси медіатизації, інформатизації, мережевізації, дигіталізації суспільного життя є незаперечним фактом розвитку сучасних соціумів. Не менш актуальними є ті виклики і ризики, які постають перед індивідами, організаціями, державами в умовах постійного перебування в медійних просторах, опосередкованості значної кількості соціальних практик інформаційно-комунікативними технологіями. Відстеження сутності і динаміки цих процесів і обумовлених ними напрямів соціальних змін є безперечно нагальним завданням соціології, отже тема і проблематика представленої до захисту дисертації О. О. Суської «Інформаційне поле персоніфікованого суб'єкта в медіапросторі сучасного суспільства» відповідає насущним поточним запитам світової і вітчизняної соціології, в тому числі соціології культури, соціології медій, інформаційної соціології, соціології інтернету та ін.

В дисертації чітко окреслено мету пошуку, а саме: осмислення засобами соціології феномену інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій, структурні та соціокультурні умови його формування та відтворення засад суб'єктності в медіакомунікативному просторі сучасного суспільства. Дисертантка специфікує предмет свого пошуку в складному і багатосегментному медіакомунікативному просторі сучасного суспільства як розкриття методологічного та функціонального змісту концепту інформаційне поле персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій через аналіз нових типів комунікативної взаємодії у мас-медійному просторі.

Дисертаційна робота вибудована відповідно до логіки надання аргументованих відповідей на поставлені завдання дослідження на основі застосування сукупності загальнонаукових і соціологічних методів. Так, методи



аналізу, синтезу, систематизації тощо вжито в рамках виявлення теоретико-методологічних засад досліджень феномену масової комунікації; методи співставлення, системного аналізу, лінгвістичного аналізу – для експлікації смислових основ становлення інформаційного поля суб'єкта медіакомунікацій; методи логічного моделювання, генералізації, соціологічної уяви – для типологізації соціальних диспозицій персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій; методи аналізу вторинних даних, абстрагування, інтерпретації та ін. – для визначення методологічного потенціалу концепту інформаційного поля та статусу персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій.

Авторка базує основні положення і висновки дослідження на матеріалі корпусу емпіричних даних, отриманих за допомогою кількісних та якісних соціологічних методів в ході різних дослідницьких проєктів, дотичних до проблеми дослідження. Зокрема, застосовано вторинний аналіз даних декількох хвиль міжнародного опитування ESS, моніторингу “Українське суспільство” Інституту соціології НАН України, опитувань інших дослідницьких центрів, а також медіа-досліджень, безпосереднім керівником яких була авторка. Таким чином, можна говорити про ґрунтовні методологічні та методичні засади проведеного дисертаційного дослідження.

Особливості перебігу комунікативних процесів в медіапросторі знаходяться в центрі уваги соціології масової комунікації та суміжних соціальних дисциплін від початку їх становлення. Тому можна вважати закономірним бажання дисертантки визначити ступінь актуальності мас-медійних теорій в ракурсі їх (не)відповідності особливостям трансформацій комунікативного процесу в умовах сучасного мас-медійного середовища. Широкий огляд соціологічного дискурсу щодо розуміння ключових акторів мас-комунікативних процесів представлено в *першому розділі*. На основі співставлень підходів і концептуалізацій відомих теоретиків медіа, інформаційного суспільства, глобалізаційних процесів (Н. Луман, Ю. Габермас, Д. Белл, Е. Гідденс, З. Бауман та ін.), теорій середнього рівня в комунікативістиці і соціології масової комунікації (Г. Ласуел, Д. Мак-Квейл, Дж. Гербнер та ін.), доробку представників структурно-функціональних,

системних та інтерпретативних, феноменологічних, конструктивістських підходів в соціології, досвіду сучасних зарубіжних і вітчизняних дослідників медіапроцесів отримуємо бачення напруги і суперечностей в дисциплінарному полі соціології культури і медіа, відтворення складної і плюральної картини осмислення перебігу комунікативних процесів. Авторка вказує, що навряд чи можна сподіватися на досягнення єдиної “стрункої” теорії щодо настільки складного об’єкту досліджень як процес комунікативної взаємодії в медіапросторі, і навряд чи є в цьому потреба з точки зору нинішнього етапу розвитку знання (с. 48). На її думку, причина криється не тільки в багатомірності й складній структурі самого об’єкту як системи і соціального інституту, а у суттєвих змінах потреб суспільства щодо користування можливостями системи мас-медіа (с. 63).

Проведений авторкою аналіз феноменології медіапростору призводить до підкреслення впливовості медіацентричного напрямку (скерованість на досягнення переважно односпрямованих (пропагандистських, маркетингових та ін.) впливів на масову аудиторію та суб’єктоцентричного (надання індивіду можливості задоволення інформаційних, дозвіллевих, пізнавальних потреб). Інший приклад систематизації існуючих концептуалізацій стосується висновку, що «габермасівська» та «парсонівська» парадигми підходів створюють методологічний «баланс», який дозволяє не втратити ані сутності, ані значимості дослідження процесу комунікативної взаємодії (с. 80).

Матеріал *другого розділу* підпорядкований розгляду міждисциплінарного простору досліджень дискурсу медіакомунікацій, підходам до аналізу смислових, змістовних характеристик останнього. Авторка підкреслює, що відсутність цілісної концепції публічного дискурсу мас-медіа навряд чи може дивувати, адже дуже різноманітними є умови та засоби встановлення комунікативної взаємодії та протікання процесів інформаційного обміну, використання різних каналів та рівнів комунікації (с. 192). Отже, завданням цього розділу можна вважати пошук спільних моментів, підходів в різних теоріях, які здатні відобразити ключові точки зрушень в сучасному медіадискурсі. Такими векторами означення змін стали співставлення в рамках антиномій (зокрема, «соціальна реальність / «новинний

дискурс мас-медіа», «інформаційні інтереси / можливості їх задоволення» та ін.).

Важливим, на нашу думку, є порівняння антиномій лінійної та нелінійної парадигм комунікативної взаємодії в інформаційному просторі (с. 212), що дає змогу авторці окреслити потенціал тих антиномій, які в рамках нелінійної парадигми виявляють компоненти системи персоніфікованого сприйняття змісту медіадискурсу. Практичне значення має висновок щодо зв'язку ступеню відкритості, демократичності суспільства, дотримання свободи слова і переважання «нелінійної» парадигми медіадискурсу; тоді як у суспільствах закритого (авторитарного) типу домінує «лінійна» парадигма, орієнтована на прямий зв'язок з великими масивами і когортами населення. Багато уваги приділено показу необхідності врахування міждисциплінарного доробку різних дисциплін (семіотика, герменевтика, нарративний аналіз та ін.) для аналізу смислових структур медіадискурсів в різних їх формах (вербальній, візуальній тощо).

Для розгляду проблематики соціальних диспозицій персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій в *третьому розділі* детально проаналізовано роль «інформаційних фільтрів» та цінностей, особливості відображення в медіа «образів суспільства», соціальні диспозиції особистості (в ракурсах соціологічних проєкцій «Я»), соціокультурні орієнтації, настанови щодо здійснення інформаційного вибору, (не)довіра до мас-медіа та інших соціальних інститутів тощо. В рамках аналізу конструювання ідентичності в процесах інформаційного обміну цікавим і перспективним видається детальний аналіз такого явища як «луркеризм» для показу одного із типів «медійної особистості». Пасивний (луркерський) тип поведінки протиставляється активному типу, характерному саме для статусу персоніфікованого суб'єкта. Авторка робить висновок про важливість поглиблених досліджень соціальних диспозицій персоніфікованого суб'єкта в просторі медіакомунікацій у процесі реалізації ним потенціалу створення власного інформаційного поля і поступовий відхід від домінування досліджень поведінки масових аудиторій, фіксації їхніх обсягів (рейтингів каналів мас-медіа) тощо (с. 377).

Четвертий розділ дисертації є логічним розкриттям авторської моделі інформаційного поля суб'єкта. Це завдання вирішується через показ особливостей комунікативної взаємодії у масовій комунікації і в електронних медіа, детальний аналіз феномену контамінації суб'єктності в процесі інформаційного обміну. Важливим елементом виявлення особливостей процесу формування інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій є аналіз структурних конфігурацій цього поля (композиція/структурні шаблі, комунікативно-типологічна приналежність суб'єкта, часово-просторові озники існування, структура персональних інформаційних потреб, статусні і демо-характеристики) та його мультимедіативність.

Наукова новизна результатів дослідження. Таким чином, детальний розгляд тексту дисертації підтверджує обґрунтованість тих положень, які винесені на захист і мають наукову новизну, сприяючи вирішенню наукової проблеми, поставленої в дисертаційному дослідженні, а саме: наявності суперечності між розширенням проблемного поля соціологічних досліджень системи мас-медіа як єдності дискурсів і соціокомунікативних практик – з одного боку, і концентрацією аналітичних зусиль на висвітленні соціальних позицій інституалізованого комунікатора (асиметрії мас-медійних комунікацій) – з іншого, що не пояснює утворення «інтерпретативних спільнот» та виникнення нового статусу персоніфікованих суб'єктів медіапростору.

В дисертаційній роботі О.О. Суської вперше розроблено та обґрунтовано концепцію інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта сучасних медіакомунікацій на основі функціонального, феноменологічного та соціокультурного підходів, а також із залученням методологічних ресурсів екоантропоцентричного та соціопсихологічного напрямків аналізу. Треба підкреслити, що для сучасної культуральної соціології застосування міждисциплінарного, трансдисциплінарного аналізу є однією із важливих ознак.

В дисертаційному дослідженні вперше створено авторську концепцію інформаційного поля як багатовимірною феномену; показано особливості формування інформаційного поля суб'єктом, який реалізує інформаційний вибір

відповідно до устремлінь і комунікативних потреб; визначено комунікативний тип та інтенції особистості, якій властиві інформаційно-технологічні, інтерпретативні і продуктивні/креативні компетентності. У праці доведено наявність нових феноменів медіакомунікативного простору – *контамінації суб'єктності* та *персоніфікації* інформаційного обміну, які виводять комунікацію з формату «комунікатор – реципієнт» і замість асиметричних «ефектів впливу» породжують особливий тип симетричної медіакомунікативної взаємодії, легітимізуючи партиципаційний статус акторів та новий тип персоніфікації публічного дискурсу мас-медій. Наведені в дисертаційній праці і авторефераті положення новизни розкривають багатоаспектність і багатовекторність авторської концепції інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта і підтверджують оригінальність проведеного дослідження.

Повнота викладу результатів досліджень в опублікованих працях. Основні положення та результати дисертаційної роботи висвітлено у 55 наукових публікаціях, з яких: індивідуальна монографія, сім монографій з фахової тематики (з яких 3 видані за кордоном); 20 статей у наукових фахових виданнях України, з них 4 статті у виданнях, включених до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus, 6 – статей в зарубіжних фахових виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз Scopus, Index Copernicus, Ulrichs Web, 5 – в інших виданнях. Апробацію матеріалів дисертації засвідчують 10 праць. Додатково відображають наукові результати роботи 6 праць.

Опубліковані наукові праці та автореферат достатньо повно відображають результати проведеного наукового дослідження. Зміст автореферату ідентичний основним положенням дисертації.

Дисертаційна праця виконана авторкою самостійно. Основні ідеї та результати дослідження були оприлюднені на міжкафедральному науковому семінарі факультету соціології КНУ імені Тараса Шевченка, на міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях.

Практичне значення результатів дослідження. Отримані результати мають практичне значення для кращого розуміння і евалюації діяльності інституту мас-

медіа; для розробки програм емпіричних досліджень медійних процесів, опрацювання стратегій державної культурної політики в сфері інформаційних процесів і комунікативних практик.

Матеріали дисертації доцільно використовувати при викладанні курсів: «Соціологія культури», «Соціологія масових комунікацій», «Соціологія громадської думки», «Основи сучасних інформаційних технологій», «Теорія та історія соціальних комунікацій», «Соціологічний моніторинг культурних процесів» тощо.

Можна впевнено стверджувати, що результати дослідження містять актуальне, затребуване суспільством знання про стани і динаміку комунікативних процесів в сучасному медійному просторі, отримане на основі кропіткого, вдумливого, деталізованого співставлення методологічних і концептуальних підходів в міждисциплінарному просторі медійних досліджень, ґрунтового аналізу емпіричних соціологічних даних, в тому числі отриманих на основі авторських розробок, і як результат – запропонованої авторської концептуалізації феномену інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій.

Враховуючи високу теоретичну і практичну значимість проведеного дослідження і необхідність подальшого постійного відстеження сутності і динаміки процесів, які відбуваються в сучасному медійному просторі, в рамках наукової дискусії хотіла б поставити декілька запитань.

1. В роботі присутня доцільна ідея застарілості попередніх підходів до вивчення сучасних комунікативних процесів, таких як “парадигма ефектів” мас-медіа, “культиваційний підхід” тощо. Разом із тим, в тексті праці можна зустріти тези на кшталт “імовірність використання прийомів впливу на підсвідомість (нейровпливів, мемів, кодів, спецефектів тощо) суттєво розширили можливості маніпулювання реакціями реципієнтів мас-медіа. Тут виникає певна аналогія із «парадигмою ефектів» мас-медіа, що домінувала серед медіацентричних підходів в теоріях масової комунікації середини ХХ століття (с. 217). Інший аспект специфіки сучасних маніпуляцій стосується

впливу машинних алгоритмів на буцімто вільні вибори контенту користувачами інтернет-мереж. Якою, на Вашу думку, є соціологічна перспектива вивчення сучасних маніпулятивних впливів і якими є (могли б бути) соціальні і політичні механізми протидії таким впливам.

2. Друге питання стосується місця і вагомості доробку британських представників «media studies» у вивченні сучасних комунікативних процесів. У праці присутні посилання на цей корпус досліджень в царині медіа (наприклад, с. 170), тим не менше хотілося б більш детально дізнатися щодо актуальності їх напрацювань для перспектив подальших досліджень інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта.

3. Третя проблемна теза стосується доробку теорії практик в ракурсі підкреслення важливості у виконанні практики не лише інтенційності, цілепокладання актора, але й насамперед практичної свідомості, тілесного знання, габітуальності, інкорпорованості знань і навичок. Чи враховує авторська концепція становлення інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта ці ідеї, чи, можливо, критично їх оцінює. Хотілося б дізнатися точку зору дисертантки з цього приводу.

Наведені запитання мають дискусійний характер і не впливають в цілому на наукову і практичну цінність дисертаційної праці О. О. Сусської. Мету і завдання, вирішення наукової проблеми дослідження можна вважати реалізованими повністю. Дисертація та її автореферат оформлені відповідно до вимог державного стандарту, за своєю структурою та стилем викладу відповідають вимогам МОН України. Наукові результати дисертаційного дослідження є достовірними і методологічно обґрунтованими, а представлена кваліфікаційна робота заслуговує на позитивне сприйняття.

Таким чином, дисертаційне дослідження «Інформаційне поле персоніфікованого суб'єкта в медіапросторі сучасного суспільства» є здійсненим на відповідному науково-методологічному рівні і відповідає профілю та паспорту спеціальності 22.00.04 (зокрема, за напрямом «спеціальна чи галузева генералізації та теоретична інтерпретації щодо: поведінки індивідів або

соціальних груп і спільнот»), профілю спеціалізованої вченої ради Д 26.001.30 у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка та існуючим вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук (зокрема п. 9, 10, 12, 13 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 року (зі змінами, внесеними згідно з постановами КМУ № 656 від 19.08.2015 р., №1159 від 30.12. 2015 р. та №567 від 27.07.2016 р.).

Відповідно до наданих висновків Суська Ольга Олександрівна заслуговує на присудження наукового ступеня доктора соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології.

Офіційний опонент –

доктор соціологічних наук, доцент,

провідний науковий співробітник

відділу соціології культури та масової комунікації

Інституту соціології НАН України

Л. Г. Скокова
Л. Г. Скокова

Підпис *Скокова Л.Г.*

Завіряю

Зав. відділом кадрів
Інституту соціології
НАН України, м. Київ

ІНСТИТУТ
СОЦІОЛОГІЇ

Ідентифікаційний код
82830293

19 " 11 2020 р.



Вхід № 399 п. р. р.

Від " 05 " 12 2020 р.

Відділ діловодства та архіву
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка