



ВІДГУК

офіційного опонента на дисертацію

ПЕТРУШКИ АЛІНИ ІВАНІВНИ

**«Прогностична модель носіїв науково-популярного контенту як
втілення їхніх функціональних характеристик»,
представлену на здобуття наукового ступеня кандидата
наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01—
теорія та історія соціальних комунікацій
(Дніпро, 2017)**

З кінця 1980-х років вітчизняна науково-популярна журналістика переживала значний спад: у разі зменшилися наклади науково-популярних видань, суттєво скоротилася аудиторія телевізійних науково-популярних програм, була зруйнована інфраструктура розповсюдження науково-популярного контенту (товариство «Знання» та інші просвітянські товариства та установи). Досвід радянської науково-популярної журналістики вже не спрацював у нових умовах, а нових знань та навичок, а також досвіду опанування світових традицій в галузі вироблення ефективного науково-популярного контенту українським мас-медіа довгий час бракувало і бракує досі (на жаль, з січня 2015 року припинила існування українська версія «National Geographic» — джерело такого флагманського досвіду).

Разом з тим, значна потреба аудиторії у формуванні наукової картини світу (зруйнованої не в останню чергу медійними проектами на кшталт «Битви екстрасенсів»), у отриманні оперативної інформації про новітні досягнення у різних галузях науки, а також у популяризації наукової творчості викликала до життя низку нових вітчизняних науково-популярних журналів, які намагаються опановувати успішні іноземні досягнення роботи в стилі «nonfiction entertainment». Тому здійснена Аліною Іванівною Петрушкою розробка концептуальної моделі носіїв науково-популярного конте-

нту – ефективної, якісної, затребуваної аудиторією, відповідної до світових стандартів рівня «National Geographic Magazine» – є актуальною, теоретично та практично значущою.

Поставлена у дисертаційному дослідженні мета досягається через вирішення завдань з визначення поняття та технологічних особливостей SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту та розробки їх функціональної моделі; встановлення типологічних особливостей журналу як джерела формування концепції науково-популярного контенту; формулювання методології маркетингових та контентних характеристик носіїв науково-популярного контенту; формування аналітичної бази моделювання; розробки концептуальної моделі носія науково-популярного контенту та перевірки адекватності моделі.

Структура роботи відповідає поставленим в ній завданням та логіці їх розв’язання. У першому розділі «Прогнозування організаційних та творчих характеристик носіїв науково-популярного контенту» дисертанткою було розглянуто теоретичні засади SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту, техніку SWOT-аналізу носіїв науково-популярного контенту та функціональні моделі його носіїв. Дослідниця виходить з того, що успішне функціонування та конкурентоздатність носія контенту є результатом стратегічного проектування як механізму соціального управління. Таким чином, метою створення нею концептуальної моделі носія науково-популярного контенту є реалізація концепції мас-медіа, яка відповідає наступній системі взаємопов’язаних вимог: 1) представлення наукового контенту в популярній формі; 2) сегментація цільової аудиторії; 3) досягнення комерційного успіху проекту; 4) наявність еволюційної перспективи (с. 17).

На основі результатів SWOT-аналізу науково-популярного журналу «Зелені Карпати» дисертанткою було встановлено потенційні переваги та недоліки діяльності цього носія науково-популярного контенту (с. 24-27

дисертаційної роботи) та розроблено комплекс заходів, спрямованих на його розвиток (с. 30-31 дисертаційної роботи).

Запропонована дисертанткою концептуальна модель носіїв науково-популярного контенту (з табличним та графічним представленням) запропонована у вигляді структурно-функціональної системи. Як елементи системи авторкою розглядаються вхідні базові і варіативні характеристики об'єкта дослідження та вихідні характеристики, зумовлені причинно-наслідковими зв'язками з вхідними. В основу побудови концептуальної моделі носія науково-популярного контенту п. Петрушка закладає такі базові принципи, як стратегічність менеджменту, читачоцентризм, функціональність, змістовність, естетичність та конвергентність (с. 33 дисертаційної роботи). Варіативний рівень концептуальної моделі науково-популярного інформаційного ресурсу формують принципи: креативність, сенсаційність, збалансованість, квазіприсутність, інтерактивність, квотність автури, автентичність, контраверсійність, промоційність (с. 36 дисертаційної роботи). За результатами проведеного моделювання авторка доводить, що найбільший потенціал розвитку носія науково-популярного контенту криється в реалізації принципу читачоцентризму, оскільки його можна посилити найбільшою кількістю варіативних принципів (с. 47).

Таким чином, використання форсайт-методології у формуванні концептуальної моделі науково-популярного журналу надало дисертантці можливість максимально повно врахувати особливості його типологічних характеристик та поєднати фактори журналістської майстерності, інноваційних маркетингових та інформаційних технологій.

У другому розділі роботи дослідниця вивчає досвід журналу «National Geographic Magazine» з формування науково-популярного контенту. Авторкою проаналізовано історичні етапи розвитку контенту журналу «National Geographic Magazine» з 1888 до 2016 р. та визначено критерії популяризації наукового та політичного контенту його публікацій.

А. І. Петрушка переконливо доводить, що «National Geographic Magazine» зазнав докорінних змін, пройшовши шлях від академічного корпоративного часопису до всесвітньовідомого науково-популярного видання «National Geographic Magazine». На думку дослідниці, ця метаморфоза типологічного спрямування журналу найбільш чітко простежується у дослідженні принципів відбору і представлення інформації: 1) тренді до використання стилістики популярного, привабливого опису досліджень; 2) широкому насиченні контенту ілюстраціями та картами; 3) обмеженні обсягів офіційних матеріалів. Повз уваги дослідниці не пройшла і зміна читачього призначення часопису, зумовлена коректуванням типологічних характеристик журналу та розширенням тематики його контенту далеко поза межі академічної географії: представлена в журналі інформація почала проектуватися не тільки на науку, але й на освіту (с. 67-68 дисертаційної роботи). Згідно з запропонованими здобувачкою етапами розвитку журналу, з жовтня 1959 дотепер «National Geographic Magazine» набуває яскраво виражених рис багатоплатформенного науково-популярного інформаційного ресурсу Національного географічного товариства, призначеного широким колам читачів, які цікавляться науково-природничими, соціальними, культурними питаннями розвитку Землі і людини на ній (с. 71 дисертаційної роботи).

Джерело успішності «National Geographic Magazine» дослідниця вбачає в таких засадах засади представлення матеріалу, як універсальність контенту; квазіприсутність (термін, який А. І. Петрушка пропонує ввести в науковий обіг (с. 76-78)) аудиторії; динамічність тематичних трансформацій контенту журналу; сенсаційність; елітність автури; америкоцентризм; нетолерантність до тоталітарних режимів; зорієнтованість на поширення демократичних цінностей (с. 73 дисертаційної роботи).

У третьому розділі «Моделювання функціональності науково-популярного контенту» авторка аналізує співвідношення текстового та ілюстративного контенту в журналі «National Geographic». Особливо акту-

альними на тлі сучасних проблем української науково-популярної журналістики є висновки дисертантки про інновації, які дозволили часописові «National Geographic» перетворитися зі скромного наукового видання з накладом у 217 примірників у світового лідера з накладом у 8 мільйонів (с. 141-142 дисертаційної роботи).

Теоретичні висновки роботи переконливо доводять практичні результати підрозділу 3.2, у якому шляхом зіставлення прогностичних результатів із результатами опитування цільової аудиторії, яка є безпосереднім споживачем змодельованого науково-популярного інформаційного продукту, перевіряється адекватність функціональних моделей носіїв науково-популярного контенту. Перевірка адекватності концептуальної моделі носія науково-популярного контенту свідчить про те, що вона повною мірою відповідає таким критеріям адекватності як реалістичність, прогностичність, достовірність, точність, прагматичність, прогресивність.

Виклад основного матеріалу дослідження цілком логічно завершується комплексним вивченням інформаційних потреб читачів (підрозділ 3.3. «Емпірична база моделювання популяризації науково-технічних знань в українських мас-медіа»). Вкрай важливим для розуміння інформаційних потреб українського суспільства є висновок дослідниці про те, що в якісний та актуальний науково-популярний контент є «гостро затребованим і в навчальні студентської молоді, і в самоосвіті, і в просвітницькій діяльності серед широких кіл споживачів інформації» (с. 175 дисертаційної роботи).

Таким чином, дисертація А. І. Петрушки являє собою завершене, самостійне, логічно побудоване дослідження, яке базується на якісних джерелах, містить достовірні результати та завершується обґрунтованими висновками.

Матеріали дисертаційного дослідження А. І. Петрушки відображені у 15 публікаціях авторки (одноосібних – 14), із них: 6 статей в провідних наукових фахових журналах і збірниках наукових праць, затверджених ВАК України, 1 стаття в закордонному виданні та 8 тез конференцій, а також

апробовані в 11 виступах дослідниці на міжнародних і всеукраїнських конференціях.

Опубліковані статті за своїм змістом та обсягом повністю розкривають зміст дисертаційного дослідження, представленого до захисту.

Автореферат дисертації повністю відповідає змістові й структурі роботи та зробленим у ній висновкам.

Рецензована робота, однак, не позбавлена й деяких недоліків, найбільш суттєвими з яких вважаю наступні:

1. Певні сумніви викликає репрезентативність вибірки при перевірці адекватності функціональних моделей носіїв науково-популярного контенту та дослідженні емпірична база моделювання популяризації науково-технічних знань в українських мас-медіа, адже учасниками соціологічного дослідження стали лише молоді люди, які проходять навчання: учні, студенти та аспіранти (с. 146 та 161 дисертаційної роботи). Виникає запитання: чи коректно екстраполювати дані їх опитування на всіх українських медіаспоживачів?

2. Деякі заперечення викликає і пропозиція дисертантки ввести в науковий обіг термін «квазіприсутність» (с. 76-78 дисертаційної роботи) замість широко вживаного словосполучення «ефект присутності». Відомо, що префікс «квазі-» із значенням «несправжній, фальшивий», поєднуючись з однокореневими іменниками, привносить в їх семантику значення фіктивності, внаслідок чого такі утворення характеризуються відтінком негативної експресії. Наприклад: квазінаука, квазівчений і т. п. Нам здається, що і в утворенні «квазіприсутність» ця негативна конотація залишається неподоланою.

3. На жаль, в огляді літератури з проблем науково-популярної журналістики не згадуються роботи зарубіжних вчених О. Тертичного, С. Суворової, В. Хорольського, О. Константинової, Е. Лазаревича, Е. Макарової, О. Ваганова, присвячені обраній проблематиці.

Зроблені зауваження мають дискусійний характер і не применшують значущості роботи.

Отже, дисертація Петрушки Аліни Іванівни «Прогностична модель носіїв науково-популярного контенту як втілення їхніх функціональних характеристик» є самостійним науковим дослідженням, що повністю відповідає вимогам п. 9, 11, 12, 13 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 року № 567 (зі змінами), а її авторка заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 — теорія та історія соціальних комунікацій.

Офіційний опонент —

доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри видавничої справи, редагування,
основ журналістики та філології

Житомирського державного університету

ім. Івана Франка

Яблоновська Н.В.

Підпис засвідчую. Проректор з
наукової та міжнародної роботи
Доктор педагогічних наук,
професор Сейко Н.А.

