

ВІДГУК
офіційного опонента на дисертацію
БЕЛЛИ МАРИНИ ВІТАЛІЇВНИ
«Соціально-комунікаційні особливості гіпертексту»,
представлену на здобуття наукового ступеня кандидата
наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01—
теорія та історія соціальних комунікацій
(Дніпро, 2018)

Доба постмодернізму змінила не лише філософську інтерпретацію основних категорій, що пояснювали людину і світ, а й задала новий спосіб їхньої гносеології та організації. З одного боку, філософія деконструктивізму фрагментаризувала світ, з іншого — наукова думка попри все прагне систематизувати, впорядкувати хаос постмодерного буття. У нашому контексті йдеться про такі базові категорії як текст і гіпертекст, як лінійна і нелінійна система, які трансформуються у нові дискурсивні практики гуманітарних і комп'ютерних наук. Текст як відкрита система отримує безліч інтерпретацій. Читач і автор здобувають новий інтеракційний досвід. Що більше, читач з homo legend (людини, яка читає) стає новим творцем/автором тексту. Текст набуває нової парадигми, він модифікується в гіпертекст за допомогою комп'ютера і програмного забезпечення. Гіпертекст стає феноменом і знаком сучасності. Він стає одночасно і самим текстом, і методом його організації. Новітні комп'ютерні технології дозволяють синтезувати лінійні і нелінійні системи, коли гіпертекст складається з власне тексту і мультимедійного пакета, як-от відео-, фото-, аудіоматеріал. Однак найважливішою ознакою гіпертексту є його архітектоніка, коли вузлові семантичні одиниці за допомогою покликань і навігації створюють нескінченну мережу інших текстів і знаків.

Тема, яку обрала М. Белла, не тільки поглиблює теоретичні уявлення про гіпертекст, а й на виявлених особливостях його природи збагачує науку і практику новими знаннями про цей феномен.

Ще одним свідченням актуальності дослідження є зв'язок з комплексною науково-дослідною темою «Журналістська етика» (номер державної реєстрації 0108U008428) кафедри соціальних комунікацій та теорії і методики журналістської творчості факультету журналістики Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука (м. Рівне), здобувачкою якого є авторка дисертації.

Отже, актуальність і доцільність дисертації зумовлені потребами освіти і науки, зокрема в галузі соціальних комунікацій.

М. Белла, поставивши собі за мету розкрити сутності соціально-комунікаційних особливостей гіпертексту, логічно обумовивши вибір об'єкта та предмета дослідження, зосереджується на ґрунтовному аналізі наукових розвідок вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Наукова новизна роботи М. Белли виявляється у тому, що *вперше в науці про соціальні комунікації* окреслено генеративні аспекти гіпертексту як функціонального чинника віртуальної спільноти; проаналізовано тролінг, мережеву маніпуляцію та веб-додатки як комунікаційні форми позарольової активності; вивчено типологічні та комунікаційні характеристики інтернет-мема як гіпертекстової форми розповсюдження контенту; уведено поняття віртуальної гіперспільноти як глобального атрактора електронних мас-медіа; розглянуто феномен позарольової активності, яка супроводжує утворення віртуальної спільноти. Отримані результати дослідження дають підстави стверджувати, що *посутньо удосконалено* наукові підходи до визначення гіпертексту як форми розповсюдження контенту у віртуальному комунікаційному середовищі і *набули подальшого розвитку* теоретичні дослідження функціонування гіпертексту в нових засобах масової інформації.

У першому розділі дисертаційної роботи **«Комунікаційна природа гіпертексту»** дослідниця вивчає дефінітивну базу гіпертексту як складного феномену сучасної комунікаційної практики. Зокрема проводить порівняльний аналіз ознак та особливостей гіпертексту, акцентуючи на тому, що в тлумаченні вузлової категорії є певна суперечність щодо форми її

функціонування у комунікаційному середовищі. З одного боку, йдеться про відсутність ієрархії, про гіпертекст як пасивний комунікаційний ресурс, з іншого – про інтерактивність як характеристику гіпертексту, яка передбачає певну активність суб'єкта сприйняття, що у висліді дозволяє дисертантці посутньо доповнити методику «взаємообліку двох іпостасей гіпертексту – його авторського / адресатного потенціалу» (с. 12).

Цікавим і продуктивним є підхід до тлумачення гіпертексту як віртуальної сукупності роутів. Авторка вважає роут маршрутом нелінійного формування гіпертексту, що стає підставою до класифікації останнього за аналогією лінійного тексту, де інтерпретація відіграє подібну роль. Відтак Марина Віталіївна пропонує тлумачити традиційний текст як віртуальну сукупність інтерпретацій, а гіпертекст як віртуальну сукупність роутів, що формуються у процесі навігації конкретної події (с. 16, 17). Навігація таким чином забезпечує адресатові не отримання інформації, а її формування, оскільки «запрограмувати рух адресата за текстом неможливо» (с. 16). Це дає підстави дисертантці стверджувати, що сукупність роутів є способом зрозуміти гіпертекст як специфічний атрибут висловлювання, який зумовлює не конкуренцію інтерпретацій, а співіснування альтернативних і неконкурентних варіантів формування сенсів (с. 18). У підсумку авторка пропонує досліджувати неконкурентну комунікацію як нетрадиційний тип соціальної взаємодії (с. 19).

Продуктивною є екстраполяція категорії «горизонту сподівань» з топосу класичного лінійного тексту на гіпертекст. Так «горизонт очікування» при рецепції гіпертексту формується під впливом імперативу тематичної та стилістичної релевантності, а також жанрової модифікації (с. 20 – 26).

Дисертантка фокусує свою увагу на гіпертексті як чиннику формування віртуальної спільноти, що забезпечує реалізацію базової потреби людини – потребу комунікації в нових глобалізаційних і технологічних умовах. Ця комунікація відбувається в позарольовій формі на засадах егалітарності у горизонтальному, а не вертикальному вимірі, що стає засадничою умовою

віртуальної інтеракції, на відміну від традиційної форми спілкування в реальному часопросторі, де роль кожного учасника комунікації визначена (с. 26 – 48).

Серед генеративних аспектів гіпертексту, авторка виокремлює категорію блога, аналізує його функції та особливості взаємодії в системі адресат – адресант, зокрема, приймає позицію Лінди Кенікс стосовно того, що автор інтернет-щоденника рідко реагує на запитання аудиторії, натомість комунікація відбувається між коментаторами без участі блогера (с. 51). Окрім того, дослідниця аналізує різновиди мережевої стрічки, виокремлюючи стрічку новин, особисту стрічку і персональну стрічку (с. 55).

У другому розділі дисертаційного дослідження **«Комунікаційні форми гіпертекстової активності у віртуальному комунікаційному середовищі»** представлено тролінг як гіпертекстову активність, специфіку мережевої маніпуляції та гіпертекстові веб-додатки. Вихідним пунктом дослідження авторка обирає метакомунікаційний модус спілкування у мережевому середовищі, який «відкриває для індивіда ресурс самоздійснення у межах гіперспільноти» (с. 69).

У парадигмі позарольової комунікації предметом аналізу стають не окремі суб'єкти (актори) комунікації, а спільноти, які з них формуються, а також характер комунікаційної активності цих спільнот (с. 69). Відтак дисертантка особливу увагу приділяє тролінгу, природі та умовам його функціонування в мережі інтернет. Зокрема авторка наголошує на тому, що тролінг є формою соціальної агресії і механізмом жорсткої маніпуляції у віртуальному просторі (с. 71).

Провівши порівняльний аналіз мережевої маніпуляції і маніпуляції в традиційних мас-медіа, дослідниця зауважує, що швидкість поширення інформації та масштаби аудиторії доповнюють характер маніпулятивних прийомів у кількісному аспекті (с. 82). Окрім того, метою маніпулятора в інтернет-просторі, на думку дослідниці, є сформувати свою аудиторію-співтовариство за допомогою свого повідомлення з врахуванням того аспекту,

що «потік мережевої інформації не піддається переконливій верифікації через цілий комплекс причин, які діють виключно в умовах комп'ютерно-опосередкованої комунікації», як наслідок відбувається критична девальвація «дихотомій правда/брехня, правота/омана» (с. 86, 87).

Аналізуючи комунікаційні форми гіпертекстової активності, М. Белла детально розкриває суть таких категорій як інтернет-мем та мешап, зауважуючи, що, з одного боку, це вірусний контент (с. 100, 105 – 107, 109 – 110), з іншого – за функціями, на думку автора, це «чинники посилення емоційних почуттів аудиторії» (с. 110).

У третьому розділі дисертаційного дослідження **«Інтернет-мем як гіпертекстова форма розповсюдження контенту»** вивчено функції інтернет-мема як одиниці культурної інформації постіндустріального фольклору, який, на думку авторки, реалізується як потреба у вербалізації позарольової компоненти особистісної активності (с. 117). Окрім комунікаційної та розважальної функцій, інтернет-мем є своєрідним символічним носієм критики чи протесту, рецепція якого відбувається у контексті певної «колекції» культурних дискурсів (с. 127). Дослідниця вважає, що інтернет-мем є не стільки конкретним повідомленням, скільки семантичним фрагментом гіпертекстуального характеру, існування і декодування якого можливе лише в інтернеті. Як стверджує М. Белла, поза мережею може відбуватися адаптація мемів, однак, повністю відсутніми виявляються усі гіпертекстуальні характеристики і можливості мемів, «оскільки будь-яке інтелектуальне чи технічне середовище поза інтернетом нівелює комунікаційну структуру мема» (с. 148).

Вивершується розділ класифікацією гіпертекстових характеристик інтернет-мемів, зокрема виокремлено модифікацію на рівні слів, на рівні зображення, стилістики, синтаксичної структури, ситуаційного контексту та остаточного розуміння контенту (с. 152 – 154).

Теоретичні узагальнення, відображені у загальних висновках дисертаційної роботи, свідчать про глибоке занурення авторки у проблему

гіпертексту, досягнення мети дослідження та реалізацію усіх поставлених завдань, їхню відповідність змісту і основним результатам.

Апробація результатів дослідження представлена на 11 наукових конференціях. Основні положення і результати викладено в 16 публікаціях авторки (одноосібних – 15), із них: 4 статті у провідних наукових фахових журналах і збірниках наукових праць, затверджених ВАК України, 1 стаття у закордонному виданні та 5 публікації тез чи матеріалів наукових конференцій. Одна стаття виконана у співавторстві з Г.М. Масловою. У цій статті дисертантом проаналізовано особливості організації та структурування гіпертексту, а також виокремлено стратегії його читання, які можуть варіюватися залежно від цілей і фонових знань аудиторії.

У дисертаційному дослідженні повно і ґрунтовно розкрито зміст трьох розділів відповідно до теми і сформульовано висновки, що логічно впливають із змісту проведеного дослідження.

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 такі:

1. У підрозділі 1.2 «Гіпертекст як комунікаційний чинник віртуальної спільноти» дослідниця наводить приклади комунікаційних ексцесів – *олбанська мова* і *холівар* – як свідчення активності гіперспільноти (с. 41 – 42). По-перше, у тексті дослідження авторка не пояснила, чому до розгляду було взято саме ці приклади, а по-друге, чому вибрано саме приклад *олбанської мови*, яка є зразком російськомовної мережевої субкультури і для порівняння не наведено приклади активності

гіперспільноти української субкультури як складової інтернет-культури?

2. У підрозділі 1.3 «Генеративні аспекти гіпертексту» дослідниця стверджує, що існує три різновиди мережевої стрічки: «Стрічка новин», «Особиста стрічка» і «Персональна стрічка» (с. 54 – 55). «Під особистою стрічкою ми розуміємо сукупність постів, усвідомлено обраних користувачем з потоку інформації або ж створених власноруч». «Персональна стрічка, на відміну від особистої, формується складними алгоритмами ресурсу, покликаними задовольнити інтелектуальні та інформаційні запити індивідуального користувача з урахуванням постійного аналізу численних аспектів його поведінки в мережі». За змістовим наповненням ці визначення є відмінними один від одного. Однак за назвою – тотожні. Наскільки коректною є саме така номінація цих категорій, адже «персональний» в перекладі з латини означає «особистий»? Вважаю, що «Персональну стрічку» доцільно було назвати «Особистісною», тобто такою, яка дозволяє виявити індивідуальні риси користувача.
3. Ілюстрація інтернет-мемів нідерландськими і російськими прикладами (с. 123, 124) є доречною. Втім, чому не наведено жодного прикладу українських інтернет-мемів, як-от «Зрада/перемога» чи «Проект файні меми про українську літературу»?
4. Занурення автора в природу карнавалізації та гри у підрозділі 3.1 не може вважатися повним без робіт М. Бахтіна «Франсуа Рабле і народна культура середньовіччя і Ренесансу» та Й. Гейзінги «Homo ludens».

Наведені вище зауваження та побажання аж ніяк не применшують значущості роботи.

Отже, дисертація Марини Віталіївни Белли «Соціально-комунікаційні особливості гіпертексту» є самостійним науковим дослідженням, що повністю відповідає вимогам п. 11, п. 13 та п. 14 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 року № 567, 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 –

кандидат наук з соціальних комунікацій,
доцент кафедри зарубіжної преси та інформації
факультету журналістики
Львівського національного університету
імені Івана Франка

Квасниця Ольга Юріївна

