

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертацію

Белли Марини Віталіївни

«СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ГІПЕРТЕКСТУ»,

подану на здобуття наукового ступеня

кандидата наук із соціальних комунікацій

за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Новий потужний напрям досліджень у різних галузях науки, зокрема і в соціальних комунікаціях, пов'язаний з появою та активним розвитком інтернету загалом та гіпертексту зокрема як його невід'ємної складової. З одного боку, гіпертекст тісно прив'язаний до інтернет-технологій, з іншого боку, – це нова епоха розвитку тексту.

Актуальність дослідження пояснюється М.В. Беллою такими основними характеристиками гіпертексту як об'єкту дослідження: це безпосередній зв'язок з просторовою організацією електронного контенту, спосіб поєднання різномірної інформації шляхом використання невидимих інформаційних зв'язків, інтерактивність гіпертексту та його вплив на формування нових ментальних рис аудиторії.

Дисертація М.В. Белли як самодостатня наукова робота достатньо повно розкриває новітні підходи до аналізу функціонування гіпертексту та гіпертекстової форми, розповсюдження електронного контенту, формування та функціонування віртуальної спільноти як власне гіпертекстового феномену. Проблематика дисертації пов'язана з науковою темою № 0108U008428 «Журналістська етика» кафедр соціальних комунікацій та теорії і методики журналістської творчості факультету журналістики Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука (м. Рівне).

Окреслені в роботі проблема, мета й завдання сформулювали новизну висновків і наукових положень. Переконливою є наукова новизна одержаних

результатів: М.В. Белла, застосувавши аналітичний та індуктивний методи, а також метод контент-аналізу, глибоко розкрила типологічні складники гіпертексту, виокремила комунікаційні форми гіпертекстової активності та подала ключові характеристики інтернет-мема як одиниці гіпертексту.

Серед наукових здобутків варто відзначити виділені М.В. Беллою генеративні аспекти гіпертексту як функціонального чинника віртуальної спільноти (підрозділ 1.3, с. 49–64); спільні характеристики тролінгу, мережевої маніпуляції та веб-додатків як комунікаційних форм позарольової активності (розділ 2, с. 67–111); типологічні та комунікаційні характеристики інтернет-мема як гіпертекстової форми розповсюдження контенту (розділ 3, с. 115–149). Авторкою вперше введено поняття віртуальної гіперспільноти як глобального атрактора електронних мас-медіа та розглянуто феномен позарольової активності, яка супроводжує утворення віртуальної спільноти (підрозділ 1.2, с. 26–48).

Наукова новизна дисертації простежується також у викладі обов'язкових пунктів «удосконалено», «набули подальшого розвитку», де зазначено конкретний внесок дослідниці до теорії та історії соціальних комунікацій (с. 8).

Цінність викладеного матеріалу, достовірність сформульованих висновків засвідчує вміле та доречне використання методологічного інструментарію для максимально повного висвітлення предмета дослідження та увиразнення наукової концепції. У роботі зазначене використання загальнонаукових методів, зокрема аналітичного та індуктивного, а також методу контент-аналізу (с. 7).

Практичне значення одержаних результатів є досить цінним для дослідження розвитку нових засобів масової інформації, для яких гіпертекст є обов'язковою і вагомою складовою.

Основні результати дисертації викладені в 15 одноосібних публікаціях: 4 статтях у наукових фахових виданнях, 1 статті в зарубіжному виданні, 5 статтях у наукових та спеціалізованих періодичних виданнях, 5 матеріалах і

тезах конференцій. Крім того, 1 стаття підготовлена в співавторстві та опублікована в науковому виданні.

Автореферат дисертації досить повно розкриває основні положення роботи й відповідає її структурі та змісту. Зміст автореферату та основних положень дисертації є ідентичними: всі наукові положення та висновки, подані в авторефераті, детально розкриті в тексті дисертації.

Дисертаційне дослідження М.В. Белли належним чином структуроване, систематизоване та послідовне, що зумовлено обраним підходом до вивчення джерельної бази. Дисертація написана відповідним науковим стилем з використанням фахової термінології. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Розділи дисертації взаємопов'язані між собою, кожен з них завершується проміжними висновками, які корелюють із загальними висновками до роботи та поставленими на початку роботи завданнями. Узгодженість та вмотивованість усіх складових дослідження надає авторській концепції цілісності.

У першому розділі «Комунікаційна природа гіпертексту» розглядаються різні підходи до визначення ключового поняття дослідження – гіпертексту, який розглядається як «власне» гіпертекст, конкретний текст та за допомогою такого порівняно нового поняття, що має англomовну назву, як роута, що визначається, як «віртуальна комбінація медіаблоків, яка формується у процесі довільної навігації в межах медіафрагменту, забезпеченого гіперпосилальним апаратом» (с. 19). При цьому гіпертекстом є «медійний ресурс неконкурентного змістоутворення, який реалізується у сукупності роутів» (с. 20). Крім того, авторка висунула гіпотезу щодо актуалізації в просторі гіперспільноти такого соціального-психологічного явища, як рольова самоідентифікація. При цьому основною ознакою залучення до гіперспільноти названа «одночасна причетність актора комунікації до кількох віртуальних співтовариств» (с. 40). Генеративні

аспекти гіпертексту виділяються на основі характеристики персональної стрічки, стрічки новин, особистої стрічки (с. 54–55).

У другому розділі «Комунікаційні форми гіпертекстової активності у віртуальному комунікаційному середовищі» аналізується тролінг, мережева маніпуляція та веб-додатки з погляду їх спільних ознак.

Обираючи для аналізу тролінг як першу комунікаційну форму, авторка наголошує, що він «як гіпертекст виявляється можливим тільки у сфері актуалізації імперативів позарольового спілкування, як реакція на створення – під впливом тих самих імперативів – псевдоспільнот, які обслуговують потребу в надлишковій ієрархізації» (с. 81).

Другий підрозділ присвячений іншій комунікаційній формі гіпертекстової активності – мережевій маніпуляції, зокрема, йдеться «не про ступінь її достовірності / недостовірності» чи «про методики впровадження неправдивої інформації» (с. 86), а про «заснування надлишкових спільнот, які володіють єдиним ресурсом самоздійснення – виробництвом інформації» (с. 96). Тож спільною рисою тролінгу та мережевої маніпуляції є формування надлишкових віртуальних спільнот, щоправда на різному підґрунті: у випадку з тролінгом – на природних настановах, у випадку з мережевою комунікацією – на уявних рольових настановах.

У третьому підрозділі висвітлюється різниця між первинним гіпертекстом та його текстами-послідовниками, акцентується увага на гіпертекстуальній реальності та віртуальності, поширенні мемів та мешапів як гіпертекстуального контенту.

У третьому розділі «Інтернет-мем як гіпертекстова форма розповсюдження контенту» комплексно проаналізовано розвиток та функції інтернет-мема, його характеристики як гіпертекстової одиниці комунікації.

На особливу увагу заслуговують окреслені авторкою основні риси мема – маргінального ефекту інтернет-комунікації – як ресурсу активності індивіда в його построльовій іпостасі. При цьому підкреслюється, що мем як предмет цього дисертаційного дослідження не є ані «засобом інформації або

дезінформації», ані елітарним за своєю природою відповідно до вже традиційного підходу до вивчення мемів (с. 116). Тож стверджується, що мем є водночас «і ефектом виникнення нових потреб людини, і ресурсом їхнього задоволення» (с. 124).

Крім того, авторка інтернет-мем аналізує як гіперактивну одиницю комунікації, зокрема як «специфічний жанр медіа, як категорія вмісту, яка є індивідуальною за походженням, але колективною за споживанням» (с. 125).

Водночас наводяться такі характеристики цієї одиниці гіперактивного тексту: стислість, чіткість, простота, привертання уваги одержувача без застосування семантичного надлишку та зацікавлення аудиторії шляхом використання веселощів та гумору (с. 147). Досить оригінальним видається порівняння структури інтернет-мема з поетикою головоломки, що в царині наукового тексту було предметом дослідження Н. Зелінської.

Також слушним є наголошення авторки на тому, що «меми утворюють коди, які сприяють не тільки процесу шифрування, але й аналітичного мислення, вони, немов напівфабрикати, збірні елементи контенту, які включені у повідомлення і підлягають подальшому осмисленню» (с. 148).

У висновках до дисертації М.В. Белла узагальнює результати проведеного дослідження, доречно й майстерно формулюючи відповіді на завдання, поставлені на початку роботи. На наш погляд, варто ще наголосити на такій властивості гіпертексту, як здатності відтворювати «різноманітні типи медіаконтенту, і це відтворення функціонує безпосередньо завдяки присутності аудиторії. Однак гіпертекст, як персоналізована технологія, дає можливість усім зацікавленим користувачам інтернету маніпулювати будь-яким контентом на власний розсуд» (с. 155–156).

А «наукове майбутнє» багатогранного феномену гіпертексту дослідниця вбачає у вивченні психологічної природи гіпертексту та його позарольової активності, а також перегляді таких традиційних характеристик гіпертексту, як фрагментарність, нелінійність, незавершеність з метою уникнення негативних конотацій з погляду комунікації інтерпретацій.

Підкреслюючи вагомість проведеного дослідження, потрібно висловити низку зауважень та побажань, що мають рекомендаційний характер.

1. У дисертаційному дослідженні М.В. Белли вказано, що теоретичне значення роботи полягає також і «теоретичному опрацюванні функціональної моделі гіпертексту як поліваріантної форми контенту» (с. 8). У тексті роботи термін «модель» вживається у складі інших понять, зокрема: модель дослідження мас-медіа (с. 37), модель поведінки у новому комунікаційному середовищі (с. 40), модель спілкування (с. 50), тролінг як модель асоціальної поведінки (с. 72), традиційна комунікаційна модель (с. 112), модель розуміння світу (с. 126) тощо. Проте поняття «функціональної моделі гіпертексту» нами в тексті дисертації не виявлено. Отже, постає питання: що мала на увазі дослідниця, відзначаючи теоретичне опрацювання функціональної моделі гіпертексту?

2. В аналізованій роботі у пункті 1.2.4 дослідниця звертається до терміна «олбанська мова», характеризуючи його таким чином: «олбанська мова має непритаманну ані жаргону (сленгу), ані антиорфографії властивість – вона існує виключно у письмовій формі, говорити нею неможливо. І щодо жаргону, і щодо навмисного спотворення орфографії можуть бути застосовані критерії відповідності / невідповідності нормі. Це стосується усіх випадків, усіх вигадливих форм розуміння цієї форми: в жаргонах – це, вочевидь, лексична норма, в антиорфографії – орфографічна» (с. 45). В іншому місці увага акцентується на тому, що олбанська мова не є сленгом: «олбанська мова, всупереч вже необговорюваному “вироку” лінгвістів, – не сленг. Її “призначення” зовсім інше» (с. 44).

Варто було б не так безапеляційно стверджувати, що це мовне інтернет-явище стовідсотково є мовою, хоча б з огляду на те, що у класичному визначенні мова – це особлива *система* різнотипних і в той же час внутрішньо поєднаних між собою структурних одиниць. А про яку систему можна говорити, якщо авторка сама наголошує, що «у ній практично

неможливо помилитися, оскільки будь-яка помилка може бути визнана «олбанізмом»» (с. 45). На наш погляд, потрібно було б термін «олбанська мова» подавати в лапках. До речі, в самому кінці, у висновках на с. 161, один раз авторка, ніби почувши наше зауваження, таки взяла цей термін в лапки.

3. У дисертаційній роботі М.В. Белли список використаних джерел оформлено за ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання», що не відповідає останнім положенням. На сьогодні бібліографічний опис списку використаних джерел у дисертаційному дослідженні здобувач наукового ступеня повинен оформляти або з урахуванням Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання», або за допомогою одного із стилів, що належать до рекомендованого переліку стилів для оформлення списку наукових публікацій, наведеного у додатку 3 до Вимог до оформлення дисертації, затверджених наказом МОН України від 12.01.2017 № 40.

4. Крім того, у дисертації не дотриманий принцип уніфікації під час оформлення власних назв дослідників, зокрема, часто ім'я та прізвище називаються повністю, рідше – біля прізвища стоїть один ініціал, інколи вживається лише ім'я чи прізвище, наприклад, Гасан Гусейнов (с. 43) – Г. Гусейнов (с. 43), Уїтні Філіпс (с. 71, 79) – У. Філіпс (с. 71, 79) – Уїтні (с. 78); Людмила Гуменюк (с. 71, 72) – Л. Гуменюк (с. 71, 72), Петро Лісовський (с. 81), Віра Савончак (с. 82), Сергій Володенков (с. 83) – С. Володенков (с. 84), Дарія Гюль (с. 88) – Д. Гюль (с. 88), Роман Козинець (с. 88) – Р. Козинець (с. 88), Джон Халтон (с. 98), Ричард Докінс (с. 100) – Докінс (с. 100), Гліб Семенюк (с. 105), Лімор Шифман (с. 110), Річард Докінз (с. 118) – Р. Докінз (с. 118), Марія Комова (с. 146), Юлія Починок (с. 148).

Та все це жодним чином не може вплинути на високу оцінку дослідження, проведеного М.В. Беллою.

Дисертаційне дослідження М.В. Белли «Соціально-комунікаційні особливості гіпертексту» є завершеною працею, у якій отримані нові науково обґрунтовані результати, що в сукупності вирішують важливе для галузі теорії та історії соціальних комунікацій наукове завдання вивчення теоретичних основ функціонування гіпертексту та гіпертекстової форми, поширення контенту в соціальних комунікаціях, формування та функціонування віртуальної спільноти як власне гіпертекстового феномену; відповідає паспорту спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій, профілю спеціалізованої вченої ради та вимогам п. 9, 11, 12, 13 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24.07.2013 (зі змінами, внесеними згідно з постановами КМУ № 656 від 19.08.2015, № 1159 від 30.12.2015 та № 567 від 27.07.2016), які висуваються до кандидатських дисертацій, 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 наук із соціальних комунікацій, професор,
завідувач кафедри видавничої справи,
редагування та української філології
Класичного приватного університету



Л.Г. Пономаренко

Підпис Л.Г. Пономаренко засвідчую:

вчений секретар

Класичного приватного університету,
доктор наук з державного управління, доцент




О. В. Кіктенко