

Відгук
офіційного опонента на дисертацію
Осюхіної Марини Олександрівни
«Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (національна концепція у контексті світового досвіду)»
подану на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 - теорія та історія соціальних комунікацій

Рецензоване дослідження піднімає важливу проблему сучасних медіа та інформаційної грамотності у контексті інформаційно-комунікаційних обмінів. Сьогодні, коли в країні йде війна й активізовані пропагандистські медійні зусилля як за межами України, так і на українських за географією, проте антиукраїнських за духом каналах, напередодні чергових виборів дослідження медіаграмотності, зокрема для дорослого населення, набуває особливої актуальності. Особливо важливим роблять дослідження часті застосування медійних фейків та популярність філософії так званої пост-правди, яка стала популярною в сучасних медіях. Ідея загальної медіаграмотності стає такою ж затребуваною, як свого часу потреба вміти читати чи рахувати. З одного боку журналісти мають розуміти як результати їхньої роботи можуть допомогти чи нашкодити аудиторії, з іншого – сучасна аудиторія повинна бути належно обізнана в особливостях «медійної кухні», щоб не бути обдуреною чи ошуканою.

У дисертаційному дослідженні Марини Осюхіної саме журналістська модель медіаграмотності, з усіма її можливостями, розглядається вперше. Дослідниця широко й різноаспектно розглядає проблему: від стану розвитку формальної та неформальної медіаосвіти в Україні через теоретичні аспекти дослідження медійної та інформаційної грамотності аж до практичної реалізації в школах та редакціях, «мультиграмотності» населення.

Важливо, що Марина Осюхіна пропонує журналістську модель медіаграмотності, яку варто й можливо використовувати у редакціях та вишах, які працюють з майбутніми журналістами, на відміну від загальноприйнятої в Україні педагогічної моделі, зорієнтованої на використання у середніх школах.

І якщо педагогічна модель медіаграмотності більше поширена, популярна й досліджена як в Україні, так і за кордоном, то журналістська практикується, проте науково не була осмислена.

Щоправда, дивно, що запропонувавши своє «ноу-хау» в царині медіапросвіти— журналістську модель медіаграмотності, —вона присвячує власне їй лише 1 підрозділ (2.3. Реалізація журналістської моделі медіаосвіти у світі: теоретичний підхід та можливості втілення на прикладі взаємодії медіа та аудиторії). Аналогічно ж більшість публікацій, зокрема з розділу «інші публікації (9шт.), присвячені шкільній та позашкільній медіаосвіті.

Варто також відзначити цілком достатню джерельну базу роботи, велику кількість англomовної літератури: від класики медіаекологічних та медіаосвітніх текстів Маклюгена та Мастермана до найновіших матеріалів дискусій з проблем медіаграмотності на конференціях.

Вагомим результатом роботи є дефініція начебто синонімічних термінів з конкретизацією їхніх подібностей та відмінностей у Додатку А (с.250). Проте в самому тексті дисертації іноді виникає деяка незрозумілість у використанні термінології як-от: медіаосвіта, медіапросвіта, медіаграмотність, інформаційна грамотність, кіноосвіта. У Додатках (зокрема Додаток А) вони чітко розрізняються на рівні концептів, аудиторії та її навичок, однак у тексті часто виступають як синоніми. Аналогічно ж щодо використання термінів «медіаграмотність-медіаосвіта - медіакритика»:на с. 137 авторка, посилаючись на авторитети, пише про те, що можна констатувати подібність цілей медіакритики і медіаосвіти. Проте на нашу думку, коли авторка пише про вироблення в аудиторії вміння критично аналізувати медіапродукцію, зокрема професійними журналістами, чи зрозуміти реальний стан речей в медіасфері, то йдеться радше про медіакритику, аніж про медіаосвіту. Окремо зазначу, що в українському журналістикознавстві термін «медіаосвіта» закріпився переважно у контексті освіти майбутніх журналістів.

Добре, що в роботі розмежовано різновиди «контенту користувачів»: є поняття «авторської участі» як спроби аудиторії активно діяти в процесі виробництва інформації, до якої відносять такі форми активності, як різного

роду звернення громадян в ЗМІ: листи телефонні дзвінки дзвінки-голосування в розважальних шоу, «громадянську журналістику», «учасницьку журналістику» як різновид громадянської. Дослідниця Осюхіна М. зібрала й широко проаналізувала особливості й відмінності цих різновидів контенту, створеного споживачами, як реальний результат медіаграмотності суспільства.

Однак маю запитання до дослідниці про те, чому в розділі про контент споживачів вона не згадує такий його різновид контенту споживачів як творчість фанатських інтерпретативних спільнот? Мова йде про сайти, на яких комунікують люди, об'єднані у віртуальні чи реальні спільноти, які мають спільні культурні, літературні (рідше політичні) інтереси. Саме в їх медіаактивності добре візуалізується те, що аудиторія та виробники контенту помінялись ролями. Хоча тут радше йдеться не тільки, і не стільки про зміну ролей, скільки про нову активну креативну роль аудиторії. Медіадослідниця Н. Соколова вважає, що саме такого роду творчість передбачає певний рівень медіаграмотності учасників.

У підрозділі 3.1 серед іншого Осюхіна зазначає, що варто, аби «журналісти вчили аудиторію, як підготувати якісний (як за формою, так і за змістом) контент. Дозволю собі не погодитись з цим міркуванням. Оскільки на моє глибоке переконання достатньо, аби ці навички мали самі журналісти, а для їх аудиторії достатньо вміти розрізняти якісний контент від неякісного, пропагандистського чи фейкового.

Висновки, які завершують дисертаційну роботу, ґрунтовні й загалом відповідають змістові та характерові проведеного дослідження. Окрім того, особливо хочу відзначити Додатки, в які вкладено колосальну роботу, і які читаються з не меншим, аніж розділи роботи, інтересом. Вони працюють на глибоке розуміння проблеми не менше, аніж текст.

Відзначаючи позитивні моменти дослідження, вважаємо за доцільне висловити окремі зауваження і побажання, а також почути відповіді на питання, які виникли у процесі прочитання дослідницької роботи.

1. У «хронології знакових подій» української медіапросвіти, запропонованих у Додатках, Осюхіна зазначає, що «2002 р. у Львові ... була проведена міжнародна науково-практична конференція «Медіаосвіта як частина освіти громадян», випущено збірник тез конференції «Медіа-атака». Цього ж року організовано круглий стіл на тему «Впровадження медіаосвіти в Україні», результатом якого стала реалізація експериментальної Програми з медіапросвіти на базі львівської СШ 77, це була перша спроба впровадження медіаосвіти в навчальному закладі.
Тому маю запитання: чому в роботі як дата відліку фігурує 2009 рік? Що важливого трапилось того року, що дозволило брати його як точку відліку в розвитку української медіаосвіти?
2. На розвиток теми про дати хочу запитати про відбір хронологічних меж дослідження: чому лише один рік, і саме 2016-2017?
3. Не менш цікаво було б почути ширше пояснення вибору ЗМК для аналізу їхньої медіакритичної та медіаосвітньої продукції. Якщо відбір для наукового аналізу газети «День» та «Дзеркала тижня» зрозумілий, то вибір регіональних **саме сумських видань** потребує ґрунтовнішого пояснення.
4. У Додатку Й2 крива дозволяє виявити злети й падіння читацької співучасті у творенні контенту, зокрема газет « День» та «ДТ» . Як Ви можете пояснити, чому в той самий час, наприклад у березні та жовтні, у цих виданнях спостерігаються протилежні результати?
5. У Додатку Г Ви запропонували перелік видань Академії української преси на медіаосвітню тематику. Серед них—жодного підручника для майбутніх журналістів. Що, на Вашу думку, мало б бути у такому посібнику з медіаосвіти для журналістів?
6. Чи на Вашу думку значний обсяг контенту споживачів у виданні свідчить про високий рівень медіаграмотності аудиторії цього видання та ефективність медіакритичної та/чи медіаосвітньої роботи редакції? Якщо ні, то що може бути показником ефективності реального функціонування медіаосвітньої журналістської моделі?

Ще раз хочу підкреслити, що велика кількість запитань свідчить про реальну актуальність і новизну теми, перспективної для нових досліджень. А Осюхіна М. О. поза сумнівом, успішно впоралась із завданнями, поставленими у науковому дослідженні. На підставі детального опрацювання значної кількості теоретичних джерел зроблено коректні, цікаві, цілком обґрунтовані висновки. Дисертація пройшла належну апробацію. Основні положення дисертації знайшли відображення в авторефераті та опублікованих за темою дисертації працях.

Дисертація Осюхіної Марини Олександрівни «Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (національна концепція у контексті світового досвіду)», подана на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 - теорія та історія соціальних комунікацій, відповідає названій спеціальності та усім вимогам пунктів 9, 10, 11, 12 та 13 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 № 567 (зі змінами), які висуваються до кандидатських дисертацій. Авторка дисертації Осюхіна Марина Олександрівна заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 - теорія та історія соціальних комунікацій.

11.09.18

Офіційний опонент:
Габор Наталія Богданівна,
кандидат філол. наук.,
доцент кафедри нових медій
ЛНУ імені Івана Франка



Підпис Габор Н.Б. засвідчую.
Вчений секретар
Львівського національного університету
імені Івана Франка
доцент Грабовецька Ольга Сергіївна