

## ВІДГУК

офіційного опонента

на кандидатську дисертацію

**Гаркавенко Юлії Станіславівни**

### **«МАС-МЕДІЙНІ ДЖЕРЕЛА ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ УКРАЇНИ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ»,**

подану на здобуття наукового ступеня

кандидата наук із соціальних комунікацій

за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Стереотипи, що втілюють певні конструкти соціальної дійсності, є важливим соціокультурним компонентом. Вони уособлюють характеристики того чи того явища, тим самим спрощуючи його розуміння. У своїй сукупності стереотипи здатні витворювати модель сприймання довкілля. За своєю природою вони не однозначні, їх функціональні можливості відіграють подвійну роль в інтерпретації (зчитуванні, рецепції) життєвих фактів, подій та реалій в цілому. Відомо, що стереотипи є вагомим складником для швидкого осмислення дійсності та осягнення великого масиву інформації, з іншого боку – традиційно сформовані/усталені стереотипні уявлення заважають формуванню інакшого/нового погляду у свідомості аудиторії (громадській думці). Погоджуємося з думкою дисертантки, що «сформована «картинка в голові» виявляється більш дієвою, аніж реалії, з якими стикається людина» (с. 27).

Дослідження стереотипів в інформаційному суспільстві є особливо актуальним є у часи суспільно-історичних змін, позаяк крізь їх узагальнення та осмислення можна простежити панівні тенденції відповідного періоду в інтерпретації довкілля та соціуму в цілому. Саме цій проблемі й присвячена представлена дисертація. Як зауважує дисертантка, «стереотипи є доволі інформативними структурами щодо стану громадської думки стосовно представників іноетнічних спільнот» (с. 33). Суспільні перетворення

перетворення закономірно призводять до трансформацій у стереотипних уявленнях, адже останніє своєрідним інформаційно-когнітивним конструктом реального фізичного світу. Своєю чергою, всі процеси, які відбуваються в довкіллі і відтворюються в мас-медіа, безперечно, формують громадську думку. Саме тому надміру важливим є «постійний моніторинг тих медіадискурсивних практик, до яких вдаються іноземні медіа» (с. 18), адже «медіарецепція різнопланових подій та процесів, що відбуваються у нашій державі, значною мірою впливає на імідж України та її репутацію на міжнародній арені» (с. 18).

Подана дисертація є своєрідним відгуком на значущі події сучасного українського соціуму. Дослідження Юлії Гаркавенко – це своєрідна репрезентація суспільних процесів, відтворена крізь призму вивчення стереотипів (стереотипізації), що функціонують в мас-медійному середовищі європейської спільноти. Доцільно зауважити, що авторка зосереджує увагу саме на гетеростереотипах («уявлення етносу про інші етноси у найрізноманітніших аспектах» (с. 31), тобто тих стереотипних уявленнях про імідж України, які формуються медіа інших країн. Це ще більше підкреслює вагомість дисертаційного дослідження у руслі сучасних соціальних трансформацій.

Дисертація Ю. С. Гаркавенко (224 с.) складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (192 позиції).

**Перший розділ** наукової студії Гаркавенко Ю. С. присвячено осмисленню медіастереотипізації як важливого соціокультурного феномена. Під час розгляду поняття стереотипу, а зокрема закономірностей формування та функціонування медіастереотипу, авторка вдається до його всебічного аналізу з позиції різних міждисциплінарних парадигм (зокрема, когнітивної, лінгвістичної, культурологічної, соціально-психологічної та соціально-комунікативної), що засвідчує багатогранність самого явища і ґрунтовний підхід дисертантки до його вивчення. Так, розкриваючи феномен стереотипу/медіастереотипу в контексті його функціонування у громадській

дослідженнях У. Ліппмана, а також працях Р. Нісбета, П. Бурдьє та ін. (п.1.2). Інтерпретуючи поняття стереотипу в мас-медійній сфері, дисертантка звертає увагу на те, що впливовість стереотипів зумовлена їх поширенням, тобто частотністю, «тиражованістю» вживання у медіасередовищі. Саме тому, для вивчення цього явища в медіа-сфері дослідниця обґрунтувала використання не лише когнітивного, але й контент-аналізу. Комплексне застосування цих методів дало можливість дисертантці ґрунтовніше представити особливості реалізації гетеростереотипів у європейському медіадискурсі.

У другому розділі своєї праці авторка зосереджує увагу на національних медіасистемах (моделях журналістики) та їх характеристиках. Поданий аналіз медіасвітів європейських країн (зауважимо, що для свого дослідження Юлія Гаркавенко обрала три країни – Великобританію, Німеччину та Францію) є вкрай доречним, оскільки від панівних тенденцій у сфері мас-медіа логічно залежать і особливості інтерпретації та подачі тієї чи тієї інформації. Адже моделі журналістики є своєрідним тлом для формування гетеростереотипізації та «кодування» українського в контексті європейського досвіду.

Незважаючи на те, що обрані для аналізу медіадискурсивних практик країни мають різні медіасистеми (див. п. 2.1, 2.2., 2.3, 2.4), на сучасному етапі розвитку вони вирізняються спільними тенденціями розвитку медіаринку. Серед таких характеристик авторка визначає: уодноманітнення (гомогенізація) та піарізація контенту, самопромоутинг, таблоїдизація якісних європейських видань, тривіалізація змісту матеріалів, які є типовими для досліджуваних європейських медіа. Однак, такі тенденції до подібності, уодноманітненості контенту, що своєю чергою впливає й на тиражованість гетеростереотипів, на нашу думку, не є однозначними. Адже, погоджуємося з думкою дисертантки, що уодноманітнення контенту сприяє повторюваності стереотипів, їх легітимізації (с. 53), проте, це може призвести й до одноманітного поширення негативних стереотипів. Одним із прикладів гомогенізації контенту, що наводить дисертантка, є поширення у

британських та німецьких якісних ЗМІ мілітаризованого образу України, пов'язаного зі концептосполучкою «забута війна».

Третій розділ дисертації вирізняється своєю новаційністю, що виявляється не лише в ґрунтовному та всебічному аналізі мас-медійних практик європейських країн, але й у прагненні Юлії Гаркавенко узагальнити результати дослідження введенням нового наукового концепту – *«стереотип перехідного періоду»*, що стало вагомим внеском у теорію стереотипу. Сутність його полягає в новій інтерпретації образу України у світовій медіапрактиці. Цей концепт використано на «позначення особливостей медіатизованих гетероуявлень щодо процесів, які відбуваються у нашій країні» (с. 81). Таке нововведення дисертантки є надбанням для сучасного журналістикознавства, оскільки дає можливість не лише позначити сучасні трансформаційні процеси, що тривають в українському суспільстві, але й ще раз підкреслити вагомість ролі медіа. Більше того, доцільною видається сама назва «перехідного періоду», у такий спосіб авторка акцентує увагу на якісних змінах у сприйманні українського суспільства (зокрема, його активізації) світовою спільнотою. Розлоге обґрунтування вибору саме цієї назви (див. Р.3, п.3.1.) свідчить про виваженість та глибинність підходу дослідниці до аналізованої проблеми.

Також третій розділ дисертації вирізняється своєю ґрунтовністю студіювання медіадискурсивних практик щодо реалізації в них гетеростереотипів. У підрозділі 3.2 авторка презентує різновекторність формування гетеростереотипів, чинниками яких є література, музика, кінематограф. Відтак, Ю. Гаркавенко вдається до аналізу різноматематичних публікацій, що дає значно ширші уявлення про Україну, адже відомо, що всі процеси відтворюються в різних аспектах культурного дискурсу.

*Наукова новизна та значущість одержаних результатів дисертації* Ю.С. Гаркавенко полягає в тому, що нею вперше концептуально обґрунтовано та введено до наукового обігу термін «стереотип перехідного

періоду», розкрито передумови його виникнення та змістового мас-медійного наповнення в якісних британських, німецьких та французьких виданнях.

Результати дослідження були належно апробовані на 4 наукових конференціях і відображені у 12 публікаціях, з яких 6 – у фахових виданнях, 2 – у зарубіжних, 4 – у матеріалах доповідей.

Поданий Гаркавенко Ю. С. автореферат відтворює зміст дисертації, розкриває цілісне бачення теми дисертанткою, містить основні положення роботи, теоретично-методологічне обґрунтування та фактичний матеріал, розділи відповідно анотовані в обсязі доцільному для реферування, чітко відтворені висновки.

Однак, розкриваючи аспекти функціонування медіастереотипів, авторка чомусь у авторефераті не подає тлумачення дефініції гетеростереотипу, що є центральним у досліджуваній темі. Відсутність пояснення не дає чіткості уявлення про аналізоване явище. При цьому у п.1.1 автореферату Юлія Станіславівна акцентує увагу на характерологічних рисах саме мас-медійних гетеростереотипів (с. 6). Слід наголосити, що у самій дисертаційній роботі трактування цього феномену винесено на перші сторінки. Вже у вступі дослідниця розкриває суть цього явища: «Стереотипні форми маніфестують уявлення про Інших – інші народи, інші соціальні групи, інші країни – мають назву гетеростереотипів, а явище утворення та функціонування їх на теренах мас-медіа визначається як явище медійної гетеростереотипізації» (с.18).

Відзначаючи повноту і вагомість проведеного дослідження, варто висловити кілька зауважень, що мають переважно рекомендаційний характер:

1. На нашу думку, доречно було б у введеному до наукового обігу терміні акцентувати саме на понятті «гетеростереотип», що позначає уявлення про Україну, які формуються у європейських виданнях.
2. У своєму практичному доробку дисертантка досить детально аналізує гетеростереотипи. Проте, доцільно було б авторці

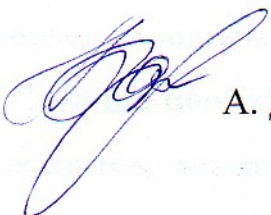
запропонувати візуальну модель домінантних гетеростереотипів, які б відтворювали сучасне бачення України європейською спільнотою.

Висловлені зауваження та побажання не зменшують наукової цінності та значущості здійсненого Ю. С. Гаркавенко дослідження, адже представлені нею новаційні ідеї є суттєвим внеском у вивчення соціальних комунікацій.

Представлена дисертація є самостійним системним дослідженням. Простежується глибоке володіння матеріалом, опанування науково-термінологічним апаратом. Висновки ґрунтовні й у своїй цілісності формують повну картину вивчення досліджуваного питання.

Беручи до уваги сказане, робимо висновок, що дисертація «Мас-медійні джерела гетеростереотипізації України: комунікаційний аспект» виконана на високому науковому рівні, відповідає вимогам МОН України до кандидатських дисертацій, а також вимогам «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 року №567 зі змінами, затвердженими Постановами Кабінету Міністрів України від 19 серпня 2015 року та від 30 грудня 2015 р. №1159. Автор роботи Гаркавенко Юлія Станіславівна заслуговує на присудження їй наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій.

Офіційний опонент,  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
старший викладач кафедри теорії комунікації,  
реклами та зв'язків із громадськістю  
Запорізького національного університету

  
А. Д. Баранецька

Учений секретар

  
О. А. Проценко

