

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу О. Б. Зінчиної

«Медіаповедінка молодіжної аудиторії:

чинники динаміки в умовах сучасного суспільства»,

подану до захисту на здобуття наукового ступеня

кандидата соціологічних наук за спеціальністю

22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Представлена до захисту дисертаційна робота О. Б. Зінчиної присвячена дослідженню актуальної й вельми цікавої проблематики, яка безумовно стосується важливої галузі сучасної соціології – соціології масової комунікації. В системі соціальних інститутів мас-медіа, починаючи з другої половини ХХ століття, посідають помітне місце, адже в умовах становлення інформаційного суспільства усі засоби і канали розповсюдження інформації в соціумі набувають першорядного значення.

На зламі тисячоліть взаємодія людей і медіа-технологій все більш стрімко проблематизується, породжуючи потребу в нових онтологічних вимірах, чутливих до тотального медійного, технічного та технологічного оточення сучасної людини. На початку 2000-х тисячних мова все ще йде про «всюди присутні медіа» (у термінології М. Фізерстоуна), які влучно впроваджуючись у повсякденне життя аудиторії, здійснюють символічну легітимацію поведінки через дискурс: експлуатують особистий вибір, змінюють структури влади й наші конфігурації сприйняття й взаємодії з іншими й із соціальними інститутами. Але вже починаючи з 2010 року виникає наукова рефлексія «постсоціальності» (у термінах К. Кнорр-Цетини та Б. Латура), що передбачає розгляд сучасних соціальних відносин і людських взаємодій як «опосередкованих, залежних і заміщених» на соціальні об'єкти. Матеріальні об'єкти, речі й технологічні устрої, таким чином, стають не просто посередниками, але свого роду «комунікативними тілами», що використовуються соціальними акторами в постійному діалозі один з одним. У такому контексті мова вже йде про «пост-гегемонію» медіа, влада яких

перестає бути дискурсивної, а набуває «матеріальної предметності», скажімо, будь-який медіа-текст тепер впливає на нас фізично, повідомляючи нас про ритми, звуки й зорові коливання, пропонує нам реальні контакти з дійсністю, свого роду «ледь помітний дотик матеріального світу» (у термінології Г. Гумбрехта). Звідси актуалізуються, на наш погляд, дві найважливіші парадигми в соціологічній теоретизації сучасних медіа. Перша - онтологічна, що прийшла на зміну постмодерністським критичним студіям масової комунікації, тепер сучасні медіа й інформаційні технології розглядаються насамперед як матеріальні об'єкти, або речі, інакше, сукупності природного, наукового й технічного. Однак, для розуміння проблеми взаємодії з об'єктами важливі не самі об'єкти, їхній фізичний вигляд або внутрішні властивості, а процес взаємодії-комунікації з ними. Звідси виникає необхідність у другій, а саме, реляційній парадигмі або парадигмі відносин. Так, не стільки комп'ютер, як технічний пристрій, або ж Інтернет, як система програм і технологій, виступають об'єктами, включеними в сучасні комунікативні практики, але скоріше спеціальні комунікативні взаємодії з ними або ж наступні інновації, які виникають завдяки таким комунікаціям і технологіям. Саме в цьому контексті надзвичайно актуалізуються основні концепти запропоновані в дисертаційному дослідженні О.Б Зінчиної, а саме феномени «медіапростору» і «медіаповедінки аудиторії». Перший сприяє виявленню різних ролей сучасних медіа в глобальному соціальному просторі – як об'єкта, суб'єкта, медіатора або ж агента. А другий, дозволяє актуалізувати дослідницьку увагу вже на феномені комунікативної активності й інтерактивності аудиторії, на співвіднесеності мас-медіа з набором тих акторів, якими вони використовуються, і сукупністю тих відносин, у які вони залучені, а також на тому, якою є прагматика медіа й інформаційних технологій, тобто з якою метою і в яких масштабах вони використовуються в комунікативних практиках сучасної аудиторії.

Обрання молодіжного сегменту аудиторії для дослідження медіаповедінки в сучасних умовах є цілком доречним, адже молодь, як, з одного боку, володіє меншим соціальним, культурним, освітнім досвідом, ніж старші покоління, з

іншого, виступає найбільш кваліфікованою групою користувачів сучасних електронних медіа, що не дозволяє дорослим повністю контролювати її перебування в медіапросторі. Крім того, очевидно, що молодь не трансформує свою медіаповедінку від одної моделі до іншої; вона виробляє її одразу у відповідності до пропозицій, як надає медіапростір, та з огляду на власні потреби. Але питання щодо того, як молода людина поводить себе у світі медіа, які його можливості використовує, а якими нехтує, а головне, які ризики і небезпеки містить «медіатизована повсякденність» для процесу соціалізації молодої людини, є вельми цікавими для дослідника. Все це викликає необхідність в тому числі соціологічного аналізу молодіжної медіаповедінки та чинників її динаміки, що і робить авторка у своїй роботі.

У відповідності до сформульованих цілей та задач представлена дисертаційна робота є цілісним, самостійним дослідженням феномену медіаповедінки молодіжної аудиторії. В дисертації досить вичерпно визначені актуальність та ступінь наукової розробки проблеми, чітко означені об'єкт, предмет, мета та задачі дослідження, вирішенню яких відповідає структурна композиція роботи. Вона складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади соціологічного дослідження медіаповедінки молодіжної аудиторії» (с. 11-64) О. Б. Зінчиною здійснено аналітичний огляд основних підходів до вивчення мас-медіа з точки зору взаємин «медіа – аудиторія» та дослідницьких установок щодо сили або слабкості останньої. Концептуалізуючи феномен медіаповедінки на основі аналізу наукових джерел, авторка надає власне визначення цього поняття, під яким вона розуміє «систему дій особистості (або спільноти) в медіапросторі, яка включає різноманітні форми медіаспоживання і медіавиробництва, зумовлені її медіавподобаннями і спрямовані на задоволення комунікативних, інформаційних, когнітивних, культурних, рекреаційних та інших потреб» (с. 41). Але розробка категоріально-понятійного апарату дослідження медіаповедінки, яка пропонується в роботі, не є цілком довершеною і, на наш погляд, потребує

подальшої розробки та уточнення, а саме не дуже чітко проінтерпретована різниця між концептами «медіаспоживання» і «медіасприйняття» (с. 40).

Також у розділі розглядається учнівська молодь як аудиторія медіа, що є вельми доречним, адже саме молодь виступає тією соціальною групою, на яку орієнтуються творці медіаконтенту. Акцентується увага на ролі нових медіа у процесі соціалізації особистості, особливо, як вважається, за умов послаблення соціалізаційного впливу традиційних інститутів соціалізації, перш за все сім'ї та освіти.

Другий розділ «Медіапростір України у процесуальному вимірі» (с.65-130) присвячено дослідженню того, у відношенні до чого власне і продукується медіаповедінка. Електронні мас-медіа – телебачення та Інтернет – розглядаються як складові сучасного медіапростору, аналізується трансформація електронних медіа в сучасному українському суспільстві. Але, на наш погляд, при розгляданні самого поняття «медіапростір» авторка несправедливо залишила поза межами свого аналізу поняття «соціальний простір», похідним від якого і є медіапростір, тим паче, що соціологія має значний теоретичний доробок щодо даної категорії, достатньо згадати імена Г. Зіммеля, П. Сорокіна, П. Бурд'є та сучасні акторно-мережеві теорії соціального простору.

Цікавою видається та частина роботи, яка присвячена розгляданню діалогових практик, реалізація яких можлива у нових медіа. Аналіз філософських концепцій діалогізму, який передує соціологічним розвідкам, є досить змістовним, а розгляд діалогічних можливостей телебачення та Інтернету демонструє обізнаність авторки у цьому питанні. Теоретичне розглядання таких якостей сучасного медіапростору, як транзактність, інтерактивність, індивідуальність, синхронність та асинхронність (с. 105), є вельми доречним. Проте питання щодо притаманності цих рис українському медіапростору, на жаль, залишилося відкритим і не отримало в роботі відповідного розгляду.

В останньому підрозділі другого розділу проводиться аналіз чинників, які зумовлюють динаміку медіаповедінки молодіжної аудиторії, які, згідно соціологічній традиції, розглядаються на чотирьох рівнях: мега- (глобальні

соціокультурні процеси інформатизації та медіатизації суспільства), макро- (трансформація українського соціуму як віддзеркалення вищезазначених мегатенденцій), мезо- (інституціональні зміни, що відбулися у сфері електронних медіа та медіапросторі України), мікрочинники (особистісні й демографічні характеристики, умови життя, соціально-психологічні феномени, які можуть обумовлювати медіаповедінку молодої людини). Аналізу кожної групи чинників авторка приділила різну кількість уваги, тому в цілому цей підрозділ здається не повністю логічно вибудованим.

Третій розділ «Динаміка медіаповедінки молодіжної аудиторії: кількісний та якісний аналіз» (с.131-202) ґрунтується на аналізі даних емпіричних досліджень, проведених за участі авторки протягом п'ятнадцяти років, що є ваговим здобутком дисертантки. Зібраний за допомогою низки методів , а саме анкетних опитувань студентської та шкільної молоді, контент-аналізу телевізійного репертуару, фокусованих групових інтерв'ю, емпіричний матеріал дозволив провести змістовний аналіз динаміки медіаповедінки учнівської молоді.

Безумною перевагою дисертації є представлена авторська методика моніторингу змісту телевізійних програм українських каналів з використанням методики контент-аналізу з точки зору розповсюдження в програмах сцен насильства, які, за думкою багатьох науковців та за даними чисельних досліджень аналогічної проблеми, як за кордоном, так і в нашій країні, є одним з найвпливовіших факторів актуалізації агресивної поведінки особистості, що формується.

Аналіз медіаповедінки школярів та студентів та практик телевізійного перегляду і Інтернет-практик як її найбільш розповсюджених проявів дозволив дійти висновку щодо глибокої зануреності учнівської молоді у медіапростір та їхньої укоріненості у молодіжному повсякденні. Проведений типологічний та кластерний аналіз є такими, що заслуговують увагу, однак хотілось би побачити результати кластерного аналізу у більш повному вигляді, адже дана методика за своїми евристичними можливостями є майже невичерпною. Також слід відмітити, що авторці, на жаль, не вдалось зробити такі висновки, які б повною мірою

відповідали тому багатющому емпіричному матеріалі, що був опрацьований.

Висновок Зінчиної О. Б. про формування нового типу медіакультури, носієм якого є саме молодь є цілком доречним, а її оцінка як ознаки префігуративності сучасної культури, за М. Мід, переконливою.

Загалом робота може бути оцінена позитивно, положення, які авторка вносить на захист, отримали розгорнутий аналіз в тексті роботи, а висновки в цілому представляються належним чином науково обґрунтованими.

Однак, не зважаючи на достатньо високий рівень дисертаційної роботи О. Б. Зінчиної, до вже зазначених можна додати низку зауважень, які істотно не впливатимуть на загальну оцінку роботи.

1. Деякі поняття, які розкривалися авторкою в теоретичній частині, в подальшому не отримали належного відображення у емпіричних матеріалах. Наприклад, залишилося незрозумілим, у якій мірі медіаповедінці української молоді притаманний просьюмеризм як поєднання особистістю ознак споживача та виробника медіапродукції. Загалом, здається, інструментарій емпіричних досліджень був слабо орієнтований на фіксацію саме суб'єктних аспектів досліджуваного феномену, тобто саме комунікативної активності молодіжної аудиторії.

2. Не отримало операціоналізації й поняття «медіакультура». Робота б виграла, якщо б авторка запропонувала більш чітку систему критеріїв щодо виміру рівню медіакультури особистості (спільноти) та продемонструвала можливість її застосування в соціологічних емпіричних розвідках.

3. Емпіричну базу дисертаційної роботи посилює б звертання до результатів емпіричних досліджень аудиторії українських медіа в цілому з метою порівняння з власними висновками, адже досліджувану сукупність склали переважно школярі й студенти харківських навчальних закладів, тому зіставлення даних різних досліджень було б доречним.

Не зважаючи на зазначені недоліки, дисертаційна робота в цілому справляє позитивне враження, адже є актуальним науковим дослідженням, що має важливе теоретичне і практичне значення. Сподіваюсь, що ці зауваження авторка прийме

до відома та врахує при проведенні наступних досліджень. Основні положення дисертації представлені належним чином в авторефераті та основних публікаціях загальною кількістю 26 робіт.

За актуальністю розкритих проблем, науковою новизною та практичною цінністю дисертаційна робота Зінчиної О. Б на тему «Медіаповедінка молодіжної аудиторії: чинники динаміки в умовах сучасного суспільства» відповідає вимогам щодо кандидатських дисертацій, зокрема п.п. 9, 11, 13, 14 Порядку присудження наукових ступенів, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 р. (зі змінами), а її автор Зінчина Олександра Борисівна заслуговує присудження наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології.

Офіційний опонент,
кандидат соціологічних наук,
доцент, доцент кафедри соціології
Інституту соціальних наук
Одеського національного університету
імені І. І. Мечникова

О. Р. Личковська

Підпис засвідчує.

03.02.2016р.

