

**ВІДГУК**  
**офіційного опонента Пилипенко Світлани Григорівни**  
**на дисертацію**  
**ГУЛЕВСЬКОГО СЕРГІЯ ВОЛОДИМИРОВИЧА**  
**«Трансформація соціокультурного дискурсу телевізійних серіалів**  
**у сучасному медіа-просторі»,**  
**поданої на здобуття наукового ступеня**  
**кандидата філософських наук**  
**за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія**  
**культури**

Одним із викликів ХХ ст. є поява електронних та цифрових медіа, що зумовили значні зміни в конфігурації культури та ситуації існування людини: головним маркером культури постає її колажовість, що значною мірою тисне на людину, замінюючи традиційні форми соціалізації на мережу комунікацій. Людина початку ХХІ ст. спостерігає «гібридне сполучення» (М. Маклуен) засобів комунікації та медіанасиченість сучасного суспільства, наслідки чого є досить вражаючими, занепокоєння чим знаходить своє відображення в сучасному гуманітарному дискурсі. Людина потрапляє до тенет медійного фундаменталізму, опиняється «всередині медіа», бо останні трансформуються в справжню реальність, де людина не лише отримує необмежені можливості комуніціювання, що спричиняє трансформацію духовних, соціальних, гендерних та інших аспектів, – відбувається становлення homo media. Такі концепти, як «симулякр», «екранна культура», «медіаобраз», «медіапростір», «медіасередовище» виступають маркерами сьогодення, створюючи нові координати. Філософсько-антропологічному виміру телевізійних серіалів у сучасному медіапросторі та процесам трансформації соціокультурного дискурсу останніх і присвячено дисертаційне дослідження Сергія Володимировича Гулевського.

Тема дисертації є **актуальною** як у теоретичному, так і практичному аспекті: по-перше, у вітчизняному філософсько-культурологічному дискурсі майже відсутні наукові роботи з такої теми; по-друге, визнання медіа як

чинника, спрямованого на задоволення потреб індивіда, артикулює феномен телевізійного серіалу як стратегії життєтворчості суспільства за доби інформаційного вибуху; по-третє, існування екранної культури в ситуації надлишковості та хаотичної безмежності інформації має значні наслідки для рефлексій суб'єкта як на рівні повсякденності, так і на рівні формування світоглядних маркерів. Суб'єкт отримує можливість не лише оцінювати телевізійні серіали як медіатекст, але й обирати їх для моделювання власної поведінки в сенсі матриці соціокультурної ідентичності. По-четверте, епоха «антикомунікаційних» медіа (Ж. Бодріяр), коли споживач потрапляє у пастку некерованої комунікації, добігає кінця у зв'язку із впровадженням новітніх технологій, що актуалізує проблему культурних політик та медійних практик у контексті глобального суспільства.

Дисертація виконана в рамках комплексної наукової теми «Філософія і багатоманіття соціокультурних світів» (державний реєстраційний номер 0114U005439) на кафедрі теоретичної і практичної філософії імені професора Й. Б. Шада філософського факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

**Актуальність дисертаційної роботи** зумовлена нагальними завданнями сучасного філософського дискурсу:

- осмислити телевізійні серіали як філософсько-культурологічну проблему в контексті інформаційної сучасності, де медіа репрезентують усі сфери суспільного життя, наповнюючи їх символічними знаками;
- розкрити феномен телевізійних серіалів у координатах семіотики, що дозволить на підставі створення концептуальної моделі артикулювати такі маркери, як міф, ритуал, популярна та елітарна культури, трансмедіафілія тощо в площині медіапростору;
- окреслити подальші перспективи дослідження культурних практик телевізійних серіалів, стратегії яких впливають на формування моделей ідентичності в сучасному глобальному суспільстві.

**Автор ставить за мету з'ясувати сутнісні характеристики, динаміку і спрямованість змін соціокультурного дискурсу телевізійних серіалів у сучасному медіапросторі, що відповідає темі дисертаційного дослідження.**

Сергієм Володимировичем окреслено широке коло дослідницьких завдань, серед яких дослідження телевізійних серіалів як феномена постмодерністської культури, що репрезентує усунення жорсткої дихотомії «елітарна – масова культура»; аналіз динаміки телебачення за маркерами якісне-культуре-мейнстрим та дослідження телевізійних серіалів у площині культ-мейнстрим-культ. Визначення найважливіших нормативів телевізійних серіалів дозволяє з'ясувати внутрішню структуру останніх, розглянути специфіку їхнього впливу на телевізійну аудиторію. Остання набуває ознак соціокультурної спільноти, що відповідає викликам медійної сучасності. Дисертант підкреслює: «Телевізійний серіал, як ніякий інший продукт телеіндустрії, має розгалужені зв'язки з різними сферами соціокультурного життя» (с. 65). Для вирішення цих завдань автор використав комплексну методологію та поліпарадигмальний підхід, що засвідчує глибокий аналіз поставленої проблеми.

У центрі уваги Сергія Володимировича перебуває соціокультурний дискурс телевізійних серіалів. Останній виступає як «комплекс взаємодій між авторами, аудиторією, акторами, студією-виробником та естетично-смаковими примхами середовища, у якому здійснюється телемовлення» (с. 76).

Перший розділ дисертаційного дослідження «Основні напрями філософського дослідження ролі телебачення у сучасному медіа-просторі» присвячено теоретично-філософському дискурсу з питань телебачення в соціокультурному просторі другої половини ХХ ст. На підставі фундаментальних досліджень представників континентальної філософії (М. Горкгаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, М. Фуко та інші) та філософів, чії праці означили становлення нової фігурації культури (М. Маклуен, Р. Дебре, М. Кастельс та інші), застосовуючи такі маркери, як «культурна індустрія»,

«суспільство спектаклю», «одномірна людина», «людина телематична», «гарячі / холодні медіа» тощо, автор доходить висновку, що реалії ХХІ ст. засвідчують істотний зсув у розумінні телеіндустрії в контексті становлення медіакультури, що сприяє виникненню нових спільнот як соціальних *акторів*. Останні об'єднуються на підставі створення єдиного символічного простору, де має місце як проксеміка («неотрайбалізм» М. Маффесолі), так і специфічна обрядовість (с. 35), на кшталт онлайн-перегляду телепрограм. Це пов'язано, як підкреслює Сергій Володимирович, з інтенсивним розвитком інформаційних технологій, насамперед мережі Інтернет, що створює не бачені раніше комунікаційні можливості, унаслідок чого долається обмеженість телевізійних програм, що відкриває нові соціокультурні перспективи як для телевізійних серіалів, так і для індивідів. Останні можуть набувати рис деміурга, здійснюючи вплив / тиск на діяльність телекомпаній.

Отже, телевізійні серіали постають не лише комерціалізованими проєктами, але й набувають статусу самостійних одиниць, про що свідчить трансмедіація останніх, тобто «поширення наративу / сюжету на різних медійних платформах, що призводить до його доповнення і розгортання» (с. 45). Ця ситуація впливає на створення нового медійного простору, нової медійної реальності, де телевізійний серіал вибудовує «власний всесвіт».

У підрозділі 1.3 дисертант звертається до сучасної типології телебачення, де головну увагу приділяє як телевізійним серіалам, так і глядацькій аудиторії. Класифікуючи телесеріали за такими критеріями, як структура / архітектоніка / текст (с. 46), дослідник головну увагу приділяє їхній інтерпретації саме глядацькою аудиторією, що дозволяє виділити серед телесеріалів культові, трансгресивні, якісні, мейнстрім. Дослідник підкреслює, що з одного боку вказана типологія репрезентує бренди, які відповідають запитам сучасного суспільства, з іншого боку ці типи не є чітко заданими, вони трансформуються, є дотичними та перетинаються між собою, створюючи специфічний гіпертекст, що долає уявлення про телевізійний

серіал виключно як текст. Сергій Володимирович зауважує: «Щодо самого телесеріалу як продукту телеіндустрії, а надто як культурного феномену, то погляд на нього виключно як на текст не дозволяє чітко визначити особливості його субстанціональності і, можливо, ускладнює сприйняття його динамічного розгортання» (с. 54). Така ситуація надає нові можливості як для встановлення нової мережі взаємозв'язків, що пов'язано з можливостями медійного середовища, так і для створення нових взірців ідентичності, які закріплюються, трансформуються й транслуються всередині медійної спільноти.

У другому розділі дисертаційного дослідження «Знакова, інтерпретативна і нормативна функції телесеріалу в сучасній культурі» дослідник у контексті поліпарадигмального підходу застосовує семіотику Ч. Пірса та С. Голла, звертається до моделей соціального конструювання П. Бергера та Т. Лукмана та культурологічних інтерпретацій К. Гірца, використовує концепт ризому (Ж. Делез, Ф. Гваттарі) та поняття «неотрайбалізм» (М. Маффесолі) тощо для означення ситуації сучасного суспільства. Зазначена оптика окреслює матрицю дослідження телесеріалів, що дозволило автору виділити наступну їх типологію: іконічні, індексальні, символічні. Кожний з цих типів має власну соціокультурну вагомість.

За допомогою таких знаків, як Ікона, Індекс, Символ, автор звертається до проблеми культурних практик та інтерпретацій телевізійних серіалів як вияву екранних медіа. Підкреслюються зміни, які відбуваються в результаті виникнення цифрового контенту, що відповідає визначенню телесеріалу як ризоматичного явища культури (с. 70), одне із завдань якого – відповідати запитам глядацької аудиторії. Ідеться про становлення трансмедіафілії як царини творчої самореалізації індивідів та створення додаткових наративів (с. 98). Такі поняття, як «світ уяви», «світ фантазій», «вигаданий світ» розуміються як означення цілісних семантичних систем, у зв'язку з чим телевізійні серіали репрезентують унаочнення нових міфів та створення нових міфологем.

Автор доходить висновку, що зазначені процеси стверджують оновлену нарративну методологію, яка артикулює проблеми в контексті парадигми естетичного та процесів вторинної соціалізації. Таким чином, телесеріали виступають провідним засобом трансформації культури та мають значний вплив на формування особистості.

За допомогою концепту «мейнстрім» автор демонструє ті зрушення, які пережило культове телебачення, тим самим підкреслює утворення нової конфігурації «елітарна культура – масова культура», що виступає своєрідним чинником подолання морального нігілізму масового суспільства. Одним із прикладів якісного телебачення, на думку дослідника, є популярні документальні серіали, яким він приділяє увагу й підкреслює можливість використання останніх для вирішення основних завдань в освітньому просторі України. Таким чином, «документальні освітні телесеріали виконують у соціокультурному просторі як розважальну функцію, так і важливу освітню і культурну місію, значення якої лише зростає у сучасному глобалізованому суспільстві і не в останню чергу залежить від раціонального підходу до традиційних і новітніх цифрових медіа» (с. 88).

У третьому розділі дисертаційного дослідження «Знаковість телесеріалу у системі культурної комунікації» Сергій Володимирович головну увагу приділяє гіпотезі прямої кореляції телесеріалу за таким маркером, як «знак» (Ікона, Індекс, Символ), та матеріально-технічного забезпечення медіа (с. 114). Зазначена гіпотеза посилюється питанням динаміки трансформацій медіа в контексті вибору поколінь у зв'язку з тим, що телевізійні серіали є засобом соціалізації. Інакше кажучи, екранні візуальні образи не лише моделюють реальність, але й виступають інструментом формування соціокультурної ідентифікації особистості.

У зв'язку з тим, що телесеріали презентують велику генеральну сукупність, дослідником за вищезазначеним знаком-маркером (Ікона, Індекс, Символ) була окреслена вибірка трьох анімаційних телевізійних серіалів: «Сімпсони», «Футурама», «Розчарування». Головним критерієм вибору стала

творчість конкретного автора-сценариста (Мета Грейнінга) та однієї авторської команди. Дослідник розглядає вищезазначені серіали як взірці репрезентації сучасних культурних практик. Аналізуючи їх, С. В. Гулевський звертається до таких показників, як самоідентифікація, екофеміністичні та політичні маркери, гендерні стереотипи, екологічна проблематика, квір-ідентичність тощо, проте не відмовляється від таких екзистенціалів, як «совість», «рішучість», «турбота», «тривога», «провина», та етики в координатах «добро – зло». Підкреслюється той факт, що електронний / цифровий контент створює медійну реальність, яка отримує новий культурний контекст, що «прирівнюється до ефекту реальної присутності» (с. 129).

Негативний погляд на продукти масової культури (до яких належить і анімаційний телевізійний серіал), на думку автора, є спрощеним поглядом на означену ситуацію. Так, серіал «Сімпсони» / Іконічний знак розглядається професіоналами телебачення і як взірець множинності смислів, і як приклад комерційного успіху (с. 129), що триває понад тридцять років; серіал «Футурама» як знак-Індекс свідчить про популяризацію науки, тобто трансформацію масової культури в сучасних умовах розвитку інформаційних технологій (популярний як відомий, широко розповсюджений); на прикладі символізму серіалу «Розчарування» дисертант доходить висновку, що «переважання загадково/фентезійних серіалів, наповнених *Символічними* знаками, прямо пов'язане з розвитком і поширенням цифрових потокових сервісів, які й постають їхніми виробниками» (с. 160). Ці висновки відповідають гіпотезі, сформульованій на початку третього розділу.

Варто підкреслити, що безумовною перевагою дослідження С. В. Гулевського є вагомі приклади медійних компаній та аналіз їхніх медіапродуктів як у просторі західноєвропейського суспільства, так і на теренах українського медіасередовища.

Структура дисертаційної роботи дозволила здійснити **комплексний аналіз трансформації соціокультурного дискурсу телевізійних серіалів у сучасному медіапросторі**. Висновки містять підсумки всього дослідження, є

науково достовірними й виваженими, включають узагальнення досвіду практичної діяльності дисертанта в телеіндустрії. Зміст автореферату відповідає основним положенням дисертації.

Відзначаючи достатній методологічний рівень наукового дослідження, означені дослідницькі завдання та відповіді на них, вважаємо за необхідне звернути увагу на певні зауваження.

1. Розповсюдження інформаційних технологій супроводжується поширенням медіаобразів на кшталт медіавірусів (Д. Рашкофф), унаслідок чого споживачу, по-перше, досить важко стає відрізнити медіареальність від об'єктивної реальності, що є результатом висококваліфікованої діяльності творців медіапродуктів. По-друге, завдяки цьому тиску споживачі починають не лише прагнути бути співпричетними до цих образів – вони намагаються відшукати їх у повсякденності, усуваючи кордони між віртуальною та об'єктивною реальністю. Медіаобрази можуть захоплювати, надихати, проте можуть і руйнувати, бо ними легко маніпулювати, тим самим здійснюючи вплив на споживача медіапродукту. У дисертаційному дослідженні руйнівній силі телевізійних серіалів, що продукують медіаобрази, увага майже не приділяється.

2. Звертаючись до поняття масової культури, дисертант наголошує, що «маємо вважати телесеріал елементом скоріш популярної культури, ніж масової» (с. 67). Погоджуючись із цим, варто підкреслити, що популярна культура пов'язана з культивуванням зовнішньої реалізації, бажанням людини залишатися «видимою» у зв'язку з переходом від культури слова до культури візуальних образів (С. Московичі). Звернення до вказаного аспекту не лише артикулює проблему ідентифікації – цей аспект виступає певним взірцем за принципом «щасливий малюк повинен дивитися...» чи «сучасний тинейджер потребує...» тощо. Телевізійний серіал постає своєрідним критерієм соціального самопочуття індивіда чи глядацької аудиторії, що дозволяє підкреслити унікальність / успішність останніх. У дисертації ця ситуація розглядається досить побіжно.



Наведені зауваження не заперечують теоретичної та практичної цінності проведеного дисертаційного дослідження, мають радше рекомендаційний характер. Усі положення дисертації, її **висновки та результати** містять ознаки оригінальності й новизни та відкривають подальші дослідницькі перспективи за означеними гуманітарними напрямками.

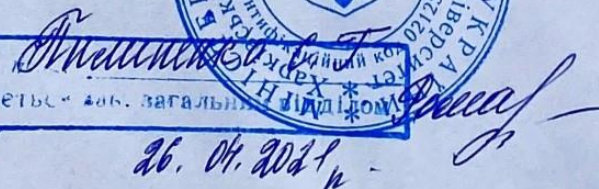
Дисертація **Гулевського Сергія Володимировича** «Трансформація соціокультурного дискурсу телевізійних серіалів у сучасному медіа-просторі» є творчим, самостійним дослідженням актуальних проблем філософської антропології та філософії культури, що підтверджується апробацією в міжнародних та всеукраїнських конференціях. Основні наукові результати дисертаційної роботи та автореферату викладені в 11 наукових публікаціях, із яких 5 статей опубліковано в українських наукових фахових виданнях із філософських наук, 1 стаття – в іноземному фаховому періодичному виданні з філософських наук.

Дисертаційне дослідження **Гулевського Сергія Володимировича** «Трансформація соціокультурного дискурсу телевізійних серіалів у сучасному медіа-просторі» відповідає вимогам пп. 9, 11, 12, 13 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24.07.2013 р., а його автор заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата філософських наук за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури.

Офіційний опонент,  
кандидат філософських наук, доцент,  
докторантка кафедри філософії  
Харківського національного педагогічного  
університету імені С. Сковороди



С. Г. Пилипенко

Підпис   
засвідчується загальною печаткою  
26. 04. 2021 р.