

**Відгук**  
**офіційного опонента на кваліфікаційну наукову працю**  
**Тесфайє Лади Абуніївни, виконану на тему**  
**«Медіа-ресурси у виборчих президентських кампаніях: політико-**  
**комунікативний вимір» та подану на здобуття наукового ступеня доктора**  
**філософії в галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки**  
**за спеціальністю 052 Політологія**

*Актуальність теми дослідження.* Використання медіа-ресурсів та прагнення політичних акторів контролювати інформаційні потоки в умовах розгортання виборчих процесів з метою впливу на якість електорального вибору громадян на сьогодні є невід'ємною частиною політики та важливою характеристикою політичного поля. Разом з тим, цілі, досягнення яких пов'язуються суб'єктами виборчого процесу з медіа-ресурсами, екстрапольовані до інформаційних потоків здатні, за влучним висловом У. Бека, виконувати функції *джерела невизначеності*. Цей процес зазвичай розгортається через нав'язування інтерпретацій смислів політики та політичного відповідно до цілей суб'єктів електорального процесу. Як наслідок, в системі електоральних комунікацій відбувається циркуляція інформації, що зазнала аберації, відтак запустила, за К. Томпсоном, *спіраль означення* як накладання смислів реальних та уявних подій.

Така особливість політичної комунікації в умовах виборчого процесу актуалізує необхідність визначення структури, функцій, засобів та форм медіа-ресурсів, які використовуються під час виборів Глави держави та обґрунтування їх маніпулятивного потенціалу з огляду на аберацію інформації. В такому вимірі та контексті тема дисертації Л. А. Тесфайє є актуальною та важливою для розвитку політичної теорії й вироблення інструментів вимірювання впливу медіа-ресурсів суб'єктів виборчого процесу на електоральний вибір громадян.

*Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації.* Процес дослідження політико-комунікативного виміру медіа-ресурсів у виборчих президентських кампаніях, здійснений Л. А.

Тесфайє, спрямований на досягнення його мети, що конкретизована в низці дослідницьких завдань, в яких відображені недостатньо вивчені в сучасній політичній науці частини предмету дослідження (с. 15). Обрана авторкою логіка наукового пізнання визначила структуру дослідження та зумовила необхідність здійснення, по-перше, огляду основних принципів інституційно-комунікативного підходу до дослідження інституту президентства, теоретичного каркасу проблеми комунікативних стратегій, що реалізуються під час президентських виборів в інформаційну епоху, характеру взаємозалежності типів інституту президентства, форм державного правління від типу виборчої системи, що застосовується під час виборів президента держави; по-друге, дослідження формування та функціонування інституту президентства в Україні та Сполучених Штатах Америки засобами політико-комунікативного виміру; по-третє, систематизації механізмів залучення шоу-бізнесу як базового елементу медіа-ресурсу, визначення ролі медіа-ресурсів у виборчій кампанії 2019 р. та деталізації потенціалу політичного серіалу як механізму політичної комунікації в електоральному процесі.

Окреслюючи зміст інституційно-комунікативного підходу до дослідження інституту президентства, Л. А. Тесфайє здійснила аналіз процесу динаміки політичного інституту президентства та охарактеризувала його сучасний стану, враховуючи виклики глобалізації та застосування інформаційних технологій. Авторка обґрунтувала, що ефективність політичного управління перебуває в залежності від адаптивного потенціалу політичних інститутів, що визначає характер та якість балансу між традиційними ролями і необхідністю відповідати на зміни політичного поля. Авторка аргументовано підходить до визначення та деталізації функцій інституту президента, використовуючи при цьому порівняльний аналіз та виокремлює важливість інституційного і комунікативного аспектів його діяльності. Такий підхід дозволив Л. А. Тесфайє диференціювати два зрізи у функціонуванні інституту президента: по-перше, інституційний, що відображає, як демократичні принципи та ідеали інституціоналізуються через розробку і

застосування певних норм взаємодії, що забезпечують процесуальне здійснення демократії та створюють формальну модель функціонування інституту Президента, вибудовуючи взаємозв'язок між його формальними компонентами і формуючи джерела його легітимації; по-друге комунікативний, що відображає, як «демократичні принципи повинні втілюватися в моделях взаємодії між суб'єктами політичної діяльності, спрямованих на формування реальних механізмів виявлення демократичної волі народу, забезпечення рівного права для всіх учасників комунікації в умовах соціальних, економічних та політичних нерівностей» (с. 37).

Важливою частиною дослідження Л. А. Тесфайє є та, що присвячена вивченню політико-комунікативних аспектів, які лежать в основі формування та діяльності інституту президентства у демократичних республіках. Авторка використовує теоретичні концепції та емпіричні дані для обґрунтування різноманітності моделей політичного лідерства, їхнього впливу на стабільність та ефективність політичних систем. Зокрема, детально розглядається специфіка президентських та напівпрезидентських систем у контексті політичної інтеграції, комунікації та легітимації влади. Результатом аналізу діджитал-стратегії президентської кампанії В. Зеленського, стало обґрунтування її основних характеристик: детальна розробка, максимальна залученість виборців, фокусування на молодіжному сегменті електорату, який ігнорувався політичними конкурентами. Такий підхід дозволив авторці обґрунтувати свою позицію про те, що успіх діджитал-стратегії В. Зеленського визначався застосуванням адекватних характеру електоральної конкуренції набором діджитал-тактик, до яких обґрунтовано віднесені онлайн-платформи для взаємодії з активним електоратом, виборцями, що коливалися, та симпатиками партії В. Зеленського (с. 136–143).

Дослідження впливу медіа-ресурсів шоу-бізнесу на політичну активність та виборчі процеси, Л. А. Тесфайє здійснює в контексті процесу формування політичних переконань громадян, опираючись на кейси реальної політичної практики та дані Google Trends (с. 153–174). Такий підхід дозволив встановити

подібність маркерів політичної та масової культури та набір спільних для фігур поп-зірки та сучасного політичного лідера параметрів. Авторкою доведено, що в форматі двосторонньої політичної комунікації, коли виборець та політик є рівноправними суб'єктами даного процесу, емоційне підкріплення набуває сили основного фактору під час формування образу політичного лідера в умовах електоральної конкуренції.

На нашу думку, позитивно слід оцінити звернення авторки до вивчення впливу зірок шоу-бізнесу на формування політичного порядку денного та впливу на процес ухвалення політичних рішень. Звертаючись до кейсів українських зірок шоу-бізнесу, що здійснювали спроби чи мали наміри інкорпоруватися до політичної еліти (с. 175–194), Л. А. Тесфайє довела, що опертя на принципи популізму в розгортанні комунікаційних стратегій представниками шоу-бізнесу, «може бути ефективним в контексті привертання уваги суспільства до певної проблеми та, як наслідок, більш оперативного залучення державних механізмів її вирішення. Однак через низький рівень компетентності та залежність від своєї аудиторії, зірки рідко здатні запропонувати інноваційні шляхи вирішення суспільних проблем» (с. 181).

Результатом здійсненого аналізу політичного серіалу як механізму політичної комунікації в електоральному процесі, є визначення його потенціалу як політичного інструменту привертання уваги, що який обґрунтовано пов'язується авторкою дослідження з належністю політичних серіалів до драматичного жанру, в якому опис та відображення політичних подій, паралелей та метафор є максимально наближеним до реальності (с. 192–197).

*Достовірність та наукова новизна отриманих результатів.* Достовірність отриманих результатів дослідження була забезпечена використанням сукупності методологічних підходів та методів дослідження сучасної політичної науки. Визначений та обґрунтований набір методів дослідження був застосований Л. А. Тесфайє для аналізу верифікованої інформації, що відображає характеристики медіа-ресурсів сучасних виборчих президентських кампаній.

Вивчення тексту кваліфікаційної наукової праці Л. А. Тесфайє засвідчує наявність у викладених в ній положеннях, висновках та рекомендаціях наукової новизни, яка полягає у: розробці авторської політологічної конотації концепту «медіа-ресурсу», що передбачає врахування похідно-функціональної компоненти – політичного ефекту, котрий викликається формально-змістовими характеристиками та дискурсивним наповненням медіапродукту; обґрунтуванні схеми трансформації медіаресурсів у політичному процесі «медіа-ресурс – медіа продукт – медіа-ресурс», коли медіа-ресурс, як структура, що включає в себе матеріальні та нематеріальні активи, створює медіапродукт з метою його використання для медійного впливу. Авторкою уточнено: твердження стосовно значущості взаємозв'язку між інститутом президента та інститутом президентських виборів, який обумовлюється сутнісними характеристиками форм президентського правління, а саме широтою президентських повноважень та особливостями суспільно-політичних традицій; аргументи щодо впливу фактору комунікації у виборчих президентських кампаніях, який забезпечується визначеною моделлю комунікації (лінійна, інтерактивна, транзакційна). Результати дослідження вказують на те, що одержало подальший розвиток твердження стосовно перетворення шоу-бізнесу на потужний політичний ресурс у контексті комунікаційного забезпечення виборчих президентських кампаній.

*Повнота викладу основних положень дисертації в опублікованих працях.* Основні результати здійсненого Л. А. Тесфайє дослідження, його положення, висновки та практичні рекомендації опубліковані у 13 наукових публікаціях (10 одноосібних і 3 у співавторстві), з яких: 1 стаття – у виданні включеному до наукометричної бази Web of Science, 5 статей опубліковано у наукових фахових виданнях України з політології, включених до міжнародних наукометричних баз, 2 статті у періодичному науковому виданні держави, яка входить до Європейського Союзу (Польщі), з наукового напрямку, за яким підготовлено дисертацію, 4 публікації у збірках матеріалів конференцій. Вимоги щодо кількості, обсягу та змісту наукових публікацій, необхідних для захисту

кваліфікаційної наукової праці для здобуття наукового ступеня доктора філософії Л. А. Тесфайє дотримані. Аналіз рукопису кваліфікаційної наукової праці та наукових публікацій вказує на відповідність публікацій основним положенням дисертації.

*Дотримання вимог академічної доброчесності.* Використовуючи ідеї, розробки, твердження, емпіричні дані та результати досліджень інших науковців у своїй дисертації, Л. А. Тесфайє здійснює посилання на відповідні джерела інформації. В дисертації не виявлено ознак академічного плагиату, інших порушень академічної доброчесності, що могли б поставити під сумнів самостійний характер виконання автором дослідження, результати якого викладені у кваліфікаційній науковій праці. Дисертація Л. А. Тесфайє, подана на здобуття наукового ступеня доктора філософії, відповідає встановленим вимогам до змісту та оформлення академічних текстів. Вона написана доступною для розуміння її положень мовою, позначена логікою викладу результатів дослідження, доказовістю висновків та рекомендацій.

*Теоретичне та практичне значення результатів і висновків дисертації, пропозиції щодо їх використання.* Теоретичне значення основних положень, результатів та висновків дисертації полягає в тому, що вони можуть бути використані: (1) в процесі дослідження впливу медіа-ресурсів на перебіг електорального процесу; (2) під час розробки концептуальних документів з питань організації виборчого процесу та вдосконаленні спеціального виборчого законодавства; (3) під час підготовки здобувачів вищої освіти всіх рівнів за спеціальністю 052 Політологія. Результати, висновки та пропозиції, сформульовані в дисертації, також можуть бути використані для подальшого наукового вивчення предмету дослідження.

*Зауваження та дискусійні положення щодо змісту дисертації.* Відзначаючи високий рівень концептуального осмислення проблеми політико-комунікативного виміру медіа-ресурсів у виборчих президентських кампаніях та позитивно оцінюючи результати і висновки здійсненого Л. А. Тесфайє

наукового дослідження, вважаємо за необхідне висловити окремі зауваження та побажання, що мають рекомендаційний характер:

По-перше, хоча дисертація відзначається глибоким теоретичним аналізом та оригінальним внеском у розуміння медіа-ресурсів у політичних кампаніях, авторці варто було більше зосередитись на критичному аналізі сучасних теорій масової комунікації, в яких як додатковий фактор впливу позиціонується штучний інтелект та цифрові інструменти комунікації. Додатковий огляд суперечливих та інноваційних концепцій та теорій з політичної комунікації міг би збагатити дискусію та поглибити розуміння предмета дослідження.

По-друге, на тлі детально проаналізованого механізму впливу шоу-бізнесу на політичний процес в його електоральній частині, видається недостатньо висвітленою проблематика застосування медіа-ресурсів в контексті проблеми їх ефективності та доречності для виборців та поглиблення /звуження їх політичної компетентності.

По-третє, дисертація має незаперечний практичний вимір, тому авторці варто було звернути увагу на необхідність більш деталізованого формулювання рекомендацій для суб'єктів виборчого процесу.

По-четверте, попри зрозумілу логіку викладу дослідницької частини тексту дисертації, варто було один з підрозділів першого розділу присвятити аналізу джерельної бази дослідження, що дозволило б авторці більш чітко визначити малодосліджені в сучасній політичній науці виміри комунікаційного супроводу політики.

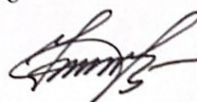
По-п'яте, вітаючи впізнавану авторську стилістику, зауважимо, що в тексті роботи зустрічаються неточності орфографічного та стилістичного характеру.

Однак, зазначені недоліки та дискусійні положення не впливають на високий рівень здійсненого Л. А. Тесфайє дослідження. Її дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 052 Політологія, виконана на тему «Медіа-ресурси у виборчих президентських кампаніях: політико-комунікативний вимір» є самостійним, завершеним

науковим дослідженням, яке характеризується актуальністю, науковою новизною, має теоретичне та практичне значення, що відображено в наукових публікаціях автора. Кваліфікаційна наукова праця відповідає вимогам пунктів 6, 7, 8, 9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12 січня 2022 р. (зі змінами, внесеними згідно з Постановою Кабінету Міністрів України № 431 від 21.03.2022 р.), тому її авторка Тесфайє Лади Абуніївни заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки за спеціальністю 052 Політологія.

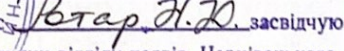
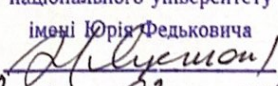
**Опонент:**

Доктор політичних наук, професор,  
професор кафедри політології та державного  
управління Чернівецького національного  
університету імені Юрія Федьковича



Наталія РОТАР



Підпис  засвідчую  
Начальник відділу кадрів Чернівецького  
національного університету  
імені Юрія Федьковича  
  
22 " 02 2024 р