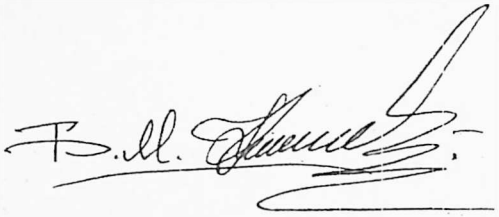
К17

2850-р

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА**



КАЛІНІЧЕНКО Богдан Михайлович

УДК: 316.774: 321

ВЛАДА ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ПОЛІТОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

23.00.03 – політична культура та ідеологія

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата політичних наук

НБ НПУ



100042144

Київ – 2009

НБ НПУ ім. М.П.Драгоманова

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету Тараса Шевченка.

Науковий керівник доктор філологічних наук, професор,
Іванов Валерій Феліксович,
Інститут журналістики Київського національного університету Тараса Шевченка, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.

Офіційні опоненти: доктор політичних наук, професор,
Соснін Олександр Васильович,
Національна академія державного управління при Президентові України, доцент кафедри управління суспільним розвитком;

кандидат політичних наук
Соколов Максим Юрійович
редактор публіцистичних програм ТОВ "Міжнародна комерційна телерадіокомпанія" (ICTV)

Захист відбудеться «27» листопада 2009 року о 14.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д.26.053.12 Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, 01601, Київ, вул. Пирогова, 9

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, 01601, м. Київ–30, вул. Пирогова, 9

Автореферат розісланий «26» жовтня 2009 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради М. А. Остапенко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. ЗМІ усе більше набувають потужної ваги у сучасному суспільстві, неоднозначно впливаючи на його функціонування і розвиток. Це обумовлене наступним. По-перше, ЗМІ відіграють ключову роль у механізмі реалізації державної влади, формують громадську думку, з одного боку, а з другого – вони реально і повсякденно протистоять тиску держави на громадянина і особистість. Особливо вплив ЗМІ стає вагомим під час виборчих кампаній. По-друге, влада ЗМІ разом із законодавчою, виконавчою і судовою гілками влади утворює систему саморегуляції соціального організму країни, у якій вона виконує роль механізму соціального контролю або зворотного зв'язку. По-третє, завдяки розвиткові ЗМІ, технократична думка створила принципово новий вид соціального управління – маніпулювання масовою свідомістю, розробка й удосконалення методів якої оцінюються значно вище, ніж інші види інтелектуальної діяльності. По-четверте, ЗМІ представляють собою значний технічний і ідеологічно-пропагандистський фактор розвитку європейської та світової спільноти.

ЗМІ та влада розглядалися політичною наукою як дві відносно самостійні проблеми суспільного розвитку. Основи наукового розуміння місця ЗМІ у сучасному суспільстві було закладено працею американських фахівців – Ф. С. Сиберта, У. Шрима і Т. Петерсона «Чотири теорії преси» (1956).

Для оцінки влади ЗМІ продуктивною є ідея про необхідність виділення влади в особливий предмет дослідження, що «визрів» у самостійну науку – кратологію – на основі узагальнення соціально-філософської думки в Стародавньому світі, Середньовіччі і Ренесансі; праць філософів, соціологів і політичних мислителів зі світовим ім'ям Новітнього часу, в тому числі Х. Арендт, Б. Беррі, М. Вебера, Е. Гідденса, Р. Даля, Х. Лассуелла, С. Л'юкса, К. Маркса, Ч. Мерріама, Т. Парсонса, Б. Рассела, Д. Ронга, М. Фуко та ін. В СРСР і країнах СНД також накопичено досвід дослідження влади. Позитивним внеском тут є праці А. Корольова і А. Мушкіна, М. Байтіна і М. Кейзерова, Т. Алексєєвої, Р. Алексюка, В. Амеліна, А. Анікевича, Ю. Батуріна, Ф. Бурлацького, А. Кіма, І. Кравченко, Л. Кривушина, О. Лузана, В. Макаренка, В. Мшвенієрадзе, Є. Осипової, В. Подороги, Ю. Тихомирова, В. Усачьова, Е. Фарбера, Г. Філіппова та ін. Окремо слід відзначити дисертаційні дослідження О. Ледяєва (1989), О. Черниша (1990), Л. Байрачної (1992), І. Васильєва (1993), С. Рябова (1997), Е. Суліми (1997), В. Дехтяра (1999), Р. Зимовець (2001), Н. Діденко (2002), О. Краснокутського (2004), М. Калініченка (2006), М. Бойчука (2007) та ін. Крім цього, вченими СНД також репрезентовані монографії, що містять елементи політологічного аналізу влади, словники з кратологічної тематики (В. Андрущенко, О. Бабкіна, М. Михальченко, В. Горбатенко, Ф. Рудич, С. Рябов, В. Халіпов), численні статті в періодичних виданнях, що стосуються проблеми влади.

Наукові розвідки українських учених щодо влади і ЗМІ можна розподілити за такими проблемами: державна політика в галузі управління інформаційним ресурсом України (О. Соснін); інформаційно-комунікаційний менеджмент (В.Бебик); роль ЗМІ у забезпеченні прав і свобод громадян у демократичному суспільстві (Д. Дуцик); дослідження етичних цінностей, що мають бути притаманними журналістам, відповідальним за формування культури аудиторії ЗМІ (О. Кузнецова, С. Криворучко та інші); безпекові імперативи телевізійного простору України (Г. Сащук); етика засобів масової інформації в сучасних політичних процесах (Г. Хлистун).

Разом з тим, малодослідженими залишаються проблеми владного потенціалу ЗМІ у сучасному суспільстві, сутність і зміст їх владного впливу на державотворчі процеси, громадянське суспільство, поведінку окремого громадянина, що і обумовило вибір теми, постановку мети і завдань дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дане дисертаційне дослідження виконано в межах комплексної наукової програми Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Наукові проблеми сталого державного розвитку України» в рамках НДР №06БФ045-01 (держреєстрація №2201020), що виконується в Інституті журналістики Київського національного університету імені Т. Шевченка на замовлення Міністерства освіти і науки України і відповідно планів науково-дослідної роботи кафедри реклами та зв'язків з громадськістю (протокол кафедри №13 від 6 лютого 2009 року).

Тема дисертаційного дослідження затверджена на засіданні Вченої ради Інституту журналістики Київського Національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 5 від 30 листопада 2005 року).

Об'єкт дослідження – засоби масової інформації як регулятор політико-владних відносин у сучасному суспільстві.

Предмет дослідження – влада ЗМІ як оригінальний сегмент соціального інституту влади, що впливає на політичну свідомість, політичну культуру і політичну поведінку суб'єктів політики.

Мета дослідження – політологічний аналіз влади ЗМІ як чинника взаємодії громадянського суспільства, особистості і держави.

Для досягнення поставленої мети у дисертації визначені такі **завдання:**

– уточнити політологічний зміст поняття «влада засобів масової інформації»;

– проаналізувати наукові підходи в системі політичних наук до вивчення впливу засобів масової інформації на державу, громадянське суспільство і особистість;

– обґрунтувати принципи, методи та понятійно-категоріальний апарат дослідження;

– розкрити природу, генезис, сутність, зміст, форми та механізм впливу влади ЗМІ на прикладі сучасного телебачення як соціально-політичного явища;

– висвітлити місце і роль влади ЗМІ у формуванні особистості і становленні громадянського суспільства;

– з'ясувати специфіку функціонування влади ЗМІ у системі політичної влади країни і реалізації державної інформаційної політики;

– обґрунтувати легітимність влади ЗМІ;

– проаналізувати вплив влади ЗМІ на політичне життя українського суспільства;

– розробити напрями та шляхи оптимізації влади ЗМІ у трансформації політичної системи та формуванні громадянського суспільства України.

Мета і завдання дослідження обумовили і контури **теоретико-методологічних основ** дисертаційної роботи. У теоретичну основу даної роботи покладені принципи діалектики, які, відображаючи об'єктивні моменти розвитку світу у всій його різноманітності, орієнтують і спрямовують наукове пізнання, в тому числі й осмислення влади, на пошук істини у сфері політики. Це, передусім, принципи об'єктивності, єдності логічного й історичного, системності, цілісності, розвитку, загального зв'язку, причинності, які проявляють себе, як: єдність і боротьба протилежностей; взаємний перехід кількісних і якісних змін; заперечення заперечення; сутність і явище; зміст і форма; структура і елемент; ціле і частина; необхідність і випадковість; можливість і дійсність; причина і наслідок; одиничне, загальне і особливе. Крім цього, в дисертаційній роботі використані методологічні принципи, які визначають дослідження феномену влади:

– історизму, відповідно до вимог якого явище влади повинне розглядатися в закономірному історичному розвитку, в тісному зв'язку з конкретно-історичними умовами його існування в соціумі;

– комплексності, що націлює на дослідження влади ЗМІ з позицій соціально-гуманітарних наук;

– діалектичної єдності теорії і практики, який вказує на надійний критерій перевірки істинності теоретичних положень, що стосуються влади ЗМІ.

При розгляді питань, пов'язаних із генезисом та становленням феномену влади ЗМІ на різних етапах державотворення і формування громадянського суспільства, використовуються такі методи, як аналіз, синтез, індукція, дедукція, моделювання, абстрагування тощо. Пізнання процесу формування та взаємодії елементів проблемної ситуації досягається у вимірі постмодерністської парадигми, що характеризується, як відомо, переходом від монізму, фундаменталізму, елементаризму, редукціонізму, лінійності й динамічності до інтегратизму, холізму, поліфункціональності, лінійності, додатковості, нестаціонарності та синергетизму.

Емпіричною основою концептуальних політологічних узагальнень став широкий масив результатів наукових досліджень, залучених з інших галузей знань – історії, теорії ЗМІ (преси), культурології, соціальної психології та правознавства.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що у дисертації розроблені концептуальні основи теоретичного дослідження феномену влади ЗМІ як фактора політичного управління розвитком держави, становлення громадянського суспільства і самореалізації особистості. Зокрема, зосереджена увага на висвітленні таких положень, які виносяться на захист.

Вперше:

– у вітчизняній політичній науці поставлена й досліджена проблема відносно самостійного існування інституту влади ЗМІ, що має специфічну сутність, зміст і механізм подвійного впливу на аудиторію, оригінальну морфологію, завдяки застосуванню ціннісно-смислового субстрату має багатство функціонального впливу на політичне життя суспільства (особистість, державу і громадянське суспільство), маніпулює свідомістю громадян, потребує і отримує легітимність, нарешті, реалізує легітимну політику і творить суспільство знань;

– сформульовані світоглядно-ідеологічні засади дослідження влади ЗМІ: подана її семантична природа, визначена сутність влади ЗМІ в контексті ціннісно-смислового впливу ЗМІ на масову свідомість і особистість з метою організувати чи скорегувати їх мислення і поведінку за принципом «владно-підвладних відносин»; визначено зміст явища «влада ЗМІ» не як субстрат, що утворює тіло даного соціального інституту, а його внутрішній стан, сукупність організаційних процесів, що характеризують взаємодію утворюючих соціальний світ елементів – людей та їх природних утворень, – між собою і з середовищем і зумовлюють їхню кореляцію, упорядкування, взаємоузгодження існування, розвиток та зміну на основі ціннісно-смислової детермінації поведінки об'єктів політики. Її зміст спрямовується на духовну сферу людини і матеріалізується в ній.

Удосконалено:

– теоретичні засади механізму інноваційного смислопродукування як основного джерела владного впливу, оскільки: по-перше, знайдено технологічний зв'язок освітнього простору ЗМІ як самостійного соціального інституту, людини, держави і суспільства; по-друге, визначено, що смислова детермінанта, на яку теоретично розраховується і практично спирається дія ЗМІ, має безпосереднє відношення до процесу управління поведінкою людини та суспільно-організованими формами, у яких протікає життя людей; по-третє, встановлено, що джерелом і носієм смислової детермінації є персонал ЗМІ, особливо журналістський корпус; по-четверте, визначено, що механізм дії ЗМІ на особистість «схвалено» принципом зовнішнього доповнення, що створює так званий позитивний зворотній зв'язок у системах саморегуляції і тому виводить будь-яку політичну систему на якісно новий рівень розвитку і функціонування;

– топологію влади ЗМІ, оскільки доведено, що вона принципово може знаходитись як у структурі громадянського суспільства, так і у структурі держави, і підтверджується існування самостійного інституту влади; для різних сегментів владного поля вводиться медіатор – смислове поле/ноосфера, що

утворює систему саморегуляції соціальних систем. Система влади ЗМІ для впливу на особистість спирається на підсвідомий і надсвідомий рівні саморегуляції і використовує механізми психологічного навіювання і смислопродукування, а у другому – на рівень свідомості людини, оскільки використовує або має використовувати інструмент законів, тобто забезпечувати нормативну регуляцію;

– уявлення про специфіку функцій влади ЗМІ у системі саморегуляції країни, оскільки встановлено, що: у механізмі створення закону влада ЗМІ проявляється найбільш виразно у лобіюванні того чи іншого законопроекту; у механізмі реалізації закону навантаження припадає на пропаганду і організацію використання уже прийнятих правових актів; у механізмі зворотного зв'язку ЗМІ проявляють власну владу у найбільш виразній формі, оскільки вони корегують уже прийняті законодавчі акти, у яких виявляються або гострі суперечності нормативного характеру у самому тексті, або соціальні колізії, що накопичуються на практиці використання законів.

Дістали подальшого розвитку ідеї:

– розмежування понять «засоби масової інформації» і «засоби масової комунікації» і доведено, що їх взаємовідношення будуються за принципом частина і ціле;

– необхідності легітимізації влади ЗМІ, оскільки вони ведуть небачену за розмахом і дієвістю власну політику у світовому інформаційному просторі, що веде до непередбачуваних наслідків у формуванні суспільної свідомості, утворення нових територіальних одиниць на кшталт ОБСЄ або ЄЕП, нових видів виробництв та ін.

– необхідність посилення державної політики у сфері інформаційного простору, щоб збалансувати кількість і потужність ЗМІ у межах соціальних і політичних систем різного масштабу.

– специфіки проявів влади ЗМІ в Україні, що полягає, з одного боку, у жорстокій боротьбі з агентами зовнішнього впливу, які прагнуть ввести у інформаційне поле країни не притаманні нам цінності й ідеали, а з другого – у протистоянні з гілками вітчизняної виконавчої, судової, законодавчої і тіньової влади, що намагаються нівелювати їх вплив на пересічного громадянина країни з метою його нейтралізації і маніпулювання цінностями і методами розбудови соціального організму України під потреби XXI ст.

Практичне значення дисертаційного дослідження морфології та функціонування влади ЗМІ як інструменту політологічного аналізу полягає в тому, що його висновки мають цінність для розуміння і теоретичного аналізу сучасних політичних процесів та напрямів і шляхів забезпечення сталості і легітимності державної влади будь-якої країни. Напрацьовані матеріали і принципи можуть бути використані в державних програмах і громадських проектах розбудови системи державного управління і місцевого самоврядування в Україні та інших програмах удосконалення політичної системи, забезпечення реалізації прав людини, розробки стратегії політичного і адміністративно-територіального розвитку українського суспільства.

Ідеї дослідження можуть слугувати ідеологічними настановами та методологічною основою для розробки суспільно-політичних, соціально-економічних, соціологічних, етичних, політико-культурних та організаційно-правових досліджень процесів демократизації і деконцентрації соціального інституту влади або його окремих підсистем, використовуватися державними службовцями, політологами, працівниками ЗМІ, філософами, економістами, правознавцями, соціологами, культурологами та ін.

Результати дослідження можуть бути використані у процесі викладання у вищих навчальних закладах дисциплін, курсів і спецкурсів з політології, соціальної філософії, філософії політики, державного управління, кратології, менеджменту тощо.

Результати пошуків можуть слугувати імперативами у висвітленні сучасних проблем розбудови демократичних засад громадянського суспільства та його окремих сегментів.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дослідження обговорювалися на засіданні кафедри преси та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доповідались на наукових конференціях, зокрема: Вісімнадцятій науковій сесії Осередку Наукового товариства імені Т.Шевченка у Черкасах (Черкаси, 2007); Міжнародній науково-практичній конференції «Імперативи розвитку України в умовах глобалізації» (Чернігів, 2008); Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасне дошкілля: реалії та перспективи» (Київ, 2008), IV Всеукраїнській науково-методичній конференції «Безперервна освіта в Україні: реалії та перспективи» (Івано-Франківськ, 2008); III Міжнародній науково-практичній конференції «Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків» (Черкаси, 2008).

Публікації. За темою дисертації опубліковано 6 наукових праць, з них 4 – у фахових виданнях з політичних наук, затверджених ВАК України, 2 – у тезах виступів на наукових конференціях.

Структура і обсяг роботи. Обрана послідовність подання матеріалу зумовлена внутрішньою логікою концепції дисертації. Відповідно до мети та завдань дослідження дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів (поділених на 8 підрозділів), висновків та списку використаних джерел (249 позицій). Обсяг роботи – 209 сторінок, з них 190 сторінок основного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **«Вступі»** обґрунтована актуальність теми, розкритий стан наукової розробки проблеми, визначені об'єкт і предмет, сформульовані мета і завдання, методи дослідження, обґрунтовується наукова новизна і практичне значення роботи, окреслюється рівень апробації її результатів та структура.

У першому розділі **«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЛАДИ ЗМІ»** досліджуються основні наукові категорії, що

використовуються в роботі, висвітлюються форми кратологічного впливу явища на соціально-політичний розвиток, подається авторська методологічна парадигма пошукової роботи.

У підрозділі 1.1. «Влада ЗМІ як об'єкт політологічного аналізу» обґрунтовується проблемне поле теоретичного пошуку. Для з'ясування генезису, природи, сутності, змісту, форм і механізму дії явища «влада ЗМІ» уточнюється термін «ЗМІ», оскільки складова – влада – є атрибутивною характеристикою даного явища, без якої перша складова немає політологічного наповнення. Уточнення відбувається на основі аналізу: Законів України і Російської Федерації, що утворюють нову галузь законодавства – інформаційного; філософських, юридичних і політологічних енциклопедичних словників, дисертаційних досліджень, монографій, підручників, наукових періодичних видань. На основі цього феномен ЗМІ розглянуто через ряд наступних понять: «засоби», «маса», «масовість», «масове», «масова інформація», «масова свідомість», «публіка».

Визначено низку відмінностей між поняттями «засоби масової інформації» і «засоби масової комунікації» за їх суб'єктом, об'єктом, формами впливу на людину, сталістю зворотного зв'язку.

З'ясовано, що сутність влади – це два види підкорення: насилля і вплив. Універсальний і загальний організаційний принцип влади: командування. На основі цього у роботі визначено те, що сутність наукового пошуку полягає у дослідженні управлінського впливу ЗМІ на організаційне мислення і поведінку окремої особистості і великих мас людей з метою соціального тиску і психологічного навіювання їм сторонніх цілей і алгоритмів дій, маніпуляції їх свідомістю, спонукання до вибору предмету підтримки, послуг, певних форм поведінки у родині і суспільстві, упереджених реакцій на події як внутрішньополітичного, так і зовнішньополітичного життя.

У підрозділі 1.2. «Ретроспективний аналіз форм кратологічного впливу засобів масової інформації на соціально-політичний розвиток» доведено, що влада ЗМІ завжди була в центрі дослідницької уваги, але переважно вивчалися лише наслідки її впливу. Відтворено найбільш поширені форми прояву влади ЗМІ на практиці: позитивна журналістика і нейтрально-ціннісна, що інформує населення світу про події та надає рекомендації щодо поведінки фахівцям і пересічним громадянам у конкретних ситуаціях – від зміни погоди до зміни курсу валют. Протилежними прикладами є психологічна війна, маніпуляції масовою свідомістю тощо.

На рівні окремої країни існують свої форми використання владного впливу ЗМІ на людей з неприхованою метою змусити їх виконати ту чи іншу дію або прийняти те чи інше рішення в усіх сферах суспільного життя. Проаналізовано форми її впливу на політичному, економічному, соціально-психологічному, культурологічному рівнях. Визначено, що на *політичному рівні* усталеними формами впливу ЗМІ є: а) легітимізація державної влади; б) дипломатичні ігри, які ведуть майже усі без винятку держави світу; в) перманентні вибори подальшого шляху розвитку; г)

забезпечення інформаційної безпеки країни; д) соціально-політичні міждержавні конфлікти, або масові рухи у межах однієї країни. Зазначено, що особливу сферу впливу ЗМІ на людей сьогодні здійснює мережа Інтернет, видання якого переважно є непідконтрольними державній владі.

Підрозділ 1.3. «Принципи, методи та категоріальний апарат дослідження» присвячено формуванню когнітивного механізму вивчення влади ЗМІ. З цією метою проаналізовано закони (закони структури, функціонування і розвитку), принципи та методи (біхевіористичний, інституційний, нормативно-ціннісний, антропологічний, структурно-функціональний, моделювання) політичної науки.

Визнано, що головним інструментом при дослідженні окреслених завдань роботи можуть бути принципи, що зведені до діалектичної та синергетичної парадигм. Діалектична парадигма має свої переваги, оскільки ґрунтується на принципах всезагального зв'язку та розвитку, субстанції, суперечливості, єдності теорії і практики, цілісності, дуалізму, ієрархії, синархії та ін. Синергетична парадигма представлена двома принципами буття: 1) гомеостатичність; 2) ієрархічність і п'ятьма принципами становлення: 3) нелінійність, 4) нестійкість, 5) незамкнутість, 6) динамічна ієрархічність, 7) спостережуваність. Ця парадигма характеризує фазу трансформації, оновлення системи, проходження нею послідовних етапів шляхом загибелі старого порядку, хаосу випробувань, альтернатив і, нарешті, народження нового порядку.

Для реалізації мети дослідження обрано і обгрунтовано метод сходження від абстрактного до конкретного, що дає змогу теоретично відтворити саморух предмету дослідження.

Аналіз використаних у дослідженні категорій дозволив сформувати їх у чотири основні групи: 1) центральні (базові); 2) структурні; 3) функціональні; 4) розвитку.

Другий розділ **«ВЛАДА ЗМІ У СИСТЕМІ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ВІДНОСИН»** висвітлює інституціональний характер влади ЗМІ, що органічно вписаний у саморегулятивний комплекс країни і виконує у ньому специфічні функції.

У підрозділі *2.1. «Філософська рефлексія політологічних характеристик явища влади ЗМІ»* подається генезис, природа, сутність, зміст і форми існування даного явища. Доведено, що влада ЗМІ є сегментом загального інституту влади і тому має духовну (семантичну) природу, онтологічно відтворену у семантичних одиницях – смислах. Сутність влади ЗМІ подається як вираження самовпорядкування внутрішнього змісту, що виявляє себе в єдності всіх багатоманітних і суперечливих форм його буття. Вона визначається як ціннісно-смисловий вплив ЗМІ на масову свідомість і особистість з метою організувати чи скорегувати їх мислення і поведінку за принципом «владно-підвладних відносин». Зміст явища влада ЗМІ визначається як не сам по собі субстрат, що утворює тіло даного соціального інституту, а його внутрішній стан, сукупність організаційних процесів, що характеризують взаємодію ЗМІ і

людей та їх утворень, між собою та із середовищем і зумовлюють їхню кореляцію, упорядкування, взаємоузгодження існування, розвиток і зміну на основі ціннісно-смислової детермінації поведінки: на рівні підсвідомого – це збудження певного типу архетипів, міфів і легенд та потяг до соціальних утопій; на рівні свідомого – модернізованими на зразок нав'язаних особистості медіа-засобами цінностями та ідеалами; на надсвідомому рівні – потягом до пошуку певного спрямування смислових полів, символів, знань та інформації. Глобальною формою використання влади ЗМІ у позитивному сенсі є створення мережевого остову інформаційного суспільства, а у негативному – інформаційна війна.

В роботі наведено декілька класифікацій влади ЗМІ (наприклад: універсальна і спеціальна, міжнаціональна, транснаціональна і національна, провладна, опозиційна/жовта преса, об'єктивна і маніпуляційна, екстенсивна і інтенсивна, економічна, соціальна, політична, правова, ідеологічна, релігійна, екологічна, форум, чат та ін.). До якісно нових форм реалізації влади ЗМІ віднесено: радіоелектронна боротьба, що поділяється на радіоелектронне придушення, радіоелектронний захист і радіоелектронне забезпечення; програмно-математичний вплив на комп'ютерні мережі (комп'ютерна атака) та ін. Види влади ЗМІ виокремленні на основі їхньої приналежності як специфічної форми матеріальної власності. Виходячи з цього, існує влада державних, приватних і суспільних або громадських ЗМІ.

У підрозділі 2.2. «Механізм впливу влади ЗМІ на особистість і громадянське суспільство» подається механізм владного впливу засобів влади ЗМІ на особистість, етнічні групи і територіальні громади та громадянське суспільство загалом. Інформаційний вплив ЗМІ на особистість пояснюється на основі існування: 1) ноосфери як посередника у взаємодії людини і ЗМІ, що має три рівні: архетипний, що використовує символіку, міфи; нормативний, що спирається на норми моралі та права і інформаційно-знаковий, що оперує ідеалами, як смисловими одиницями, що утримують ідеї у конкретному образі; 2) особистість захищає свою свідомість від тиску з боку ЗМІ за допомогою специфічної системи внутрішньо-особистісних фільтрів психічного і психологічного походження, провідними серед яких є механізми збудження, цілеутворення та смислопородження (за В. Бехом). За В. Васютинським спрацьовують п'ять основних груп інтеракційних механізмів домінування-підпорядкування. Алгоритм дії влади ЗМІ у структурі біологічної людини відтворюється низкою переходів, а саме: мова ЗМІ – синхронізація тексту ЗМІ з текстом, що постійно ре інтерпретується і є особистістю – сенс, повідомлення ЗМІ, що розпаковане особистістю, – мотив поведінки людини.

У просторі громадянського суспільства процес впливу ЗМІ має, як мінімум, шість етапів. Перший етап дії механізму впливу влади ЗМІ на особистість полягає у смислопродукуванні журналістами інноваційного змісту інформаційних повідомлень. На другому етапі новопороджений або збуджений старий смисл, переходить у форму окультуреної розумом людини інформації – знання. На третьому етапі інформація вкладається у текст на шпальтах газет,

журналів та інших друкованих видань, передається по радіо. У сфері телебачення така інформація формується і подається як специфічний образ, що «пробиває» прошарок свідомості і закріплюється у підсвідомості глядача. Четвертий етап пов'язаний з переводом тексту у глибини біологічного організму людини, що отримує специфічний стан очікування. На стадії очікування споживач телепродукції підходить до п'ятого етапу – прийняття власного управлінського рішення. Шостий етап полягає у практичній реалізації конкретної дії, що запрограмована ЗМІ і сприйнята особистістю як її власна ідея. Явище впливу влади ЗМІ на людину має динамічну і статистичну характеристики, тобто може розглядатися як процес і продукт.

У підрозділі 2.3. «Специфіка функціонування влади ЗМІ у системі саморегуляції суспільної організації країни» досліджено морфологічний фундамент і багатовимірність функціонального прояву влади ЗМІ у системі саморегуляції країни. На основі існування специфічних фаз перетворення інформації в соціальному організмі країни формуються свої морфологічні одиниці – гілки влади. Влада ЗМІ органічно вписується у систему саморегуляції суспільної системи країни, що складається з чотирьох механізмів: механізму створення закону, механізму дії закону, механізму реалізації закону, механізму реакції або вивчення стану соціального тіла громадянського суспільства. У механізмі створення закону влада ЗМІ проявляється найбільш виразно у лобіюванні того чи іншого законопроекту. У механізмі дії закону ЗМІ аналізують суперечності, що закладені у тексти закону, і колізії, які вони викликають у суспільному житті і у свідомості людини (наприклад, Конституція Об'єднаної Європи). У механізмі реалізації закону навантаження припадає на пропаганду і організацію використання уже прийнятих правових актів. У механізмі зворотного зв'язку ЗМІ проявляють власну владу у найбільш виразній формі, оскільки вони корегують уже прийняті законодавчі акти, у яких виявляються або гострі суперечності нормативного характеру у самому тексті, або соціальні колізії, що накопичуються на практиці використання законів. Відповідно до рівнів існування смислів організаційного призначення, система саморегуляції здійснює специфічний алгоритм організаційного упорядкування відносин у соціальному організмі країни, а саме: на архетипному рівні – регулювання; на нормативному – управління; на семантичному – керівництво. Таким чином, механізм дії влади ЗМІ виявляється багатоступеневим, оскільки сигнал, що реалізується як владний процес, має переткнути декілька сфер нашого буття: духовну, ідеологічну, інформаційну, психологічну, соціологічну, політичну, організаційну, і завершитись продуктом – власним управлінським рішенням особистості або громади.

Третій розділ **«ПРАКСЕОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЛАДИ ЗМІ У ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ»** подає аналіз функціонування влади ЗМІ у політологічній системі України та її впливу на систему держави і місцевого самоврядування.

У підрозділі 3.1. «Легітимність влади ЗМІ в Україні і світі» доводиться гіпотеза про те, що сучасні ЗМІ здійснюють власну політику, яка повинна бути

легітимізована. Звертається увага на те, що М. Вебер, П. Бергер і Т. Лукман легітимацію пов'язують зі смислом, що є повним збігом бачення онтологічної основи влади ЗМІ. По-перше, оскільки сучасні мережі ЗМІ є довготривалими суб'єктами політичної сфери, то вони виробляють і реалізовують власну політику як специфічну цілеспрямовану управлінську діяльність, що орієнтована на перетворення або збереження існуючих суспільних відносин у зв'язку з уявленнями, інтересами і цінностями різних суб'єктів соціальної взаємодії. По-друге, легітимаційна політика ЗМІ як соціальна реальність проявляється переважно у продукуванні смислів або систем смислів, що визначають соціальний порядок і поведінку людини згідно з її місцем у соціальній системі та перспективами соціальної мобільності. По-третє, пік легітимності ЗМІ припадає на виборчу кампанію, коли медіа мережі опиняються в ситуації необхідності виконувати трояку роль: 1) вони покликані бути одночасно провідником і дзеркалом, що відображає громадську думку; 2) метафорична формула «Четвертої влади» припускає, що вони повинні узяти на себе функцію контролю за діяльністю виконавчої, законодавчої і судової влади в країні; 3) зростає їх значення як одного з центрів реформування і демократизації суспільства; 4) довіра населення країни до ЗМІ прямо пропорційна рівню якості їх інформації. Сам же процес легітимації, його результативність залежить не лише від характеру і змісту політики, а й від діяльності з управління легітимаційним процесом. Така діяльність, власне, і є легітимаційною політикою.

У підрозділі 3.2. «Аналіз впливу влади ЗМІ на політико-культурну систему України» аналізується якість функціонування влади ЗМІ у політологічному середовищі України. Акцентується увага на технологічному і політологічному дискурсах праксеологічного аналізу. Послідовно розкривається специфіка цих напрямів як суто професійної діяльності у загальнополітичному змісті, що доступний для пересічного мешканця країни. У другому випадку аналізується зовнішній і внутрішній тиск на владу ЗМІ. До зовнішнього тиску віднесено намагання інших країн, наприклад, США і Росії, взяти під контроль інформаційний простір України і нейтралізувати дію національних ЗМІ. Більш складним і суперечливим є внутрішній тиск на владу ЗМІ, оскільки тут задіяні і законодавча, і виконавча, і судова гілки державної влади і тіньові структури. Доведено, що усі вони намагаються нейтралізувати владу ЗМІ і доводять цей тиск до фізичного знищення журналістів, закриття видань і телеканалів, що реально загрожує національній безпеці України.

ВИСНОВКИ

1. Постановка питання про владу ЗМІ є визнанням того, що це явище пройшло шлях внутрішньої диференціації і постало питання про визначення його місця і ролі у системі сучасної публічної влади, у процесах формування політичної культури, політичної свідомості і політичної поведінки суб'єктів політики. Генетично вона випливає з гострої потреби суспільства раціонально

організувати власне життя на основі балансу політичних сил і свободи людини. Кратологічна сутність ЗМІ виявляється у організаційному або управлінському впливові ЗМІ на поведінку людей, громадянського суспільства, державу або низку країн. Влада ЗМІ пов'язана з формуванням усіх видів свідомості, управлінням мисленням і поведінкою людей, їх колективів – виробничого і невиробничого призначення, етносів, націй і народів завдяки використанню семантичного тиску на людей та їх організаційні утворення.

2. Доведено, що присутність влади ЗМІ у суспільстві завжди була в центрі уваги, але досліджувались лише наслідки її впливу, а сам феномен залишався довгий час поза увагою дослідників. Його окремі властивості висвітлювались через призму аналізу політичної, дипломатичної, економічної, соціальної, ідеологічної, інформаційно-пропагандистської, військової діяльності. При цьому соціально-психологічний підхід є найбільш показовим для того, щоб довести могутність влади ЗМІ у суспільстві. Культурологічний підхід до аналізу влади ЗМІ викриває її відношенням до свободи, справедливості, особистості і культури як артефактів людського буття, на захист яких вона має бути спрямована. Наскільки жорстко це відбувається – свідчить історія життя Г. Гонгадзе, І.Александрова та інших журналістів.

3. Ретельний відбір засобів дослідження даного феномена, а саме: принципів, методів та категоріального апарату дослідження сприяв ґрунтовному аналізу явища і забезпечив результати теоретичних висновків узагальнень і пропозицій. До комплексу методологічних засобів включено як традиційні принципи та методи, що добре себе зарекомендували у ході дослідження політологічних явищ та систем, так і нові, зокрема, синергетика, що формує нові образи і нетрадиційні алгоритми наукового пошуку.

4. Встановлено, що влада ЗМІ є часткою загального владного поля і має семантичну природу, на основі якої визначено сутність, зміст, форми буття влади ЗМІ, її засоби, види. З'ясовано, що диференціація влади ЗМІ призводить до структурування системи влади і її визрівання, що потребує якісно нового теоретичного оформлення і продукує нові дії для розширеного простору і темпу владних операцій. Влада ЗМІ як політологічна система змінила власну структуру внутрішніх відносин влади і включила себе у нові рівні прийняття політичних і управлінських рішень.

5. Подано концепцію влади ЗМІ на основі моделювання механізму впливу її на особистість і громадянське суспільство незалежно від топологічних характеристик, ментальних засад етносу, національного різнобарв'я, мовної стратегії і державної інформаційної політики. Обґрунтовано специфіку функціонування її у структурі людини і у просторі громадянського суспільства. З'ясовано, що результатом акцентування уваги на владних характеристиках взаємної дії – ЗМІ і особистості – стає виділення як особливо значущих двох її дискурсів: узалежнення і впорядкування.

6. З'ясована специфіка функціонування влади ЗМІ у системі саморегуляції соціального організму країни і реалізації державної інформаційної політики. Формалізовано її функції у цій системі суспільних відносин. На підґрунті існування специфічних фаз перетворення інформації у соціальному цілому

формуються морфологічні одиниці, у яких вона проявляє оригінальні функції, а саме: лобіювання законопроектів; аналіз суперечностей, що закладені у тексти закону, і колізій, що виникають на практиці; організація пропаганди використання або протистояння введенню у дію вже прийнятих правових актів; прояв власної влади у найбільш виразній формі, оскільки віддзеркалює потреби, інтереси і волю особистості і громадянського суспільства, створює групи тиску на державну владу.

7. У ході праксеологічного аналізу вирішені питання легітимізації влади ЗМІ, проведена експертна оцінка якості функціонування феномену у політологічному просторі України і запропоновані кроки оптимізації впливу явища на життєдіяльність соціального організму країни. Загалом констатується, що у сучасному світі спостерігається дві, як мінімум, провідні тенденції саморозгортання влади ЗМІ: 1) вона набуває інституціонального характеру, оскільки стосується одночасно усіх сторін життя людини і творить остов інформаційного суспільства; 2) інформаційна цивілізація несе у собі якісно нову роль ЗМІ в усіх трьох вимірах, а саме: як основний засіб виробництва у просторі інформаційного суспільства; як організатор всесвітнього комунікаційного процесу, що створює якісно нову інформаційну єдність світової спільноти; як засіб управління новим виробництвом і комунікацією людей на планеті.

8. Для включення отриманих автором теоретичних результатів у загальний доробок сучасного політологічного знання рекомендується реалізувати низку заходів теоретичного і практичного характеру. До перших віднесено поглиблений аналіз окремих елементів, що викладені у запропонованій концепції, наприклад, уточнити специфіку сприйняття особистістю і окремими групами населення країни інформаційного матеріалу різного змісту і форм; реакцію окремих груп населення на конкретні джерела інформації тощо. З практичної точки зору, дослідити міру довіри населення країни до економічної, політичної інформації про політичні партії та їх лідерів, а також реакцію населення на виступи керівників органів місцевого самоврядування тощо.

Основні теоретичні положення і висновки представлені в публікаціях автора:

1. Калініченко Б.М. Технології вибору в умовах політичної нестабільності / Б.М. Калініченко // Інформаційне суспільство. Збірник наукових праць. – К., 2005-2006. – Вип. 2/3. – С.74–77.

2. Калініченко Б.М. Смислопродукування – як неотехнологічна форма реалізації влади засобів масової інформації / Б.М. Калініченко // Гілея (науковий вісник): Збірник наукових праць. – К., 2007. – Випуск 10. – С.161–170.

3. Калініченко Б.М. Два види влади засобів масової інформації: політологічна концептуалізація / Б.М. Калініченко // Політологічний вісник. Збірник наукових праць. – К., 2008. – Випуск 29. – С.219–232.

4. Калініченко Б.М. Механізм впливу влади засобів масової інформації на соціальну поведінку особистості // Гілея (науковий вісник). Збірник наукових праць. – К., 2009. – Випуск 19. – С.270–277.

5. Калініченко Б.М. Інститут суспільних ЗМІ – необхідна умова побудови громадянського суспільства / Б.М. Калініченко // Вісімнадцята наукова сесія Осередку Наукового товариства імені Т.Шевченка у Черкасах: матеріали доповідей на засіданнях секцій і комісій (Черкаси, 5–27 березня 2007 р.) / [За ред. В. В. Масненка]. – Черкаси: Осередок НТШ у Черкасах, 2008. – С. 164–167.

6. Калініченко Б.М. Змістовна характеристика влади ЗМІ / Б.М. Калініченко // Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (Черкаси, 25-26 вересня 2008 р.). – Черкаси: ЧІБС УБС НБУ, 2008. – С. 179 – 181.

АНОТАЦІЇ

Калініченко Б.М. Влада засобів масової інформації: політологічний аналіз. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.03 – політична культура та ідеологія. – Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова. – Київ, 2009.

Дисертація присвячена політологічному аналізу влади ЗМІ, що тяжіє до влади громадянського суспільства, протистоїть державній владі на засадах зворотного зв'язку, а разом вони утворюють систему саморегуляції соціального організму країни. Обґрунтовано генезис, природу, сутність влади ЗМІ як специфічну форму існування «владно-підвладних відносин», зміст як сукупність організаційних процесів, багатоманітність форм прояву даного явища у сфері політичного буття, специфіку впливу механізму влади ЗМІ на особистість завдяки психологічному навіюванню, на громадянське суспільство і державу – завдяки соціальному тискові заангажованих олігархами каналів. У ході праксеологічного аналізу висвітлена легітимізація влади ЗМІ, проведена експертна оцінка якості функціонування її у політологічному просторі України і запропоновані кроки оптимізації впливу на життєдіяльність соціального організму країни і особистості.

Ключові слова: влада ЗМІ, особистість, громадянське суспільство, держава, саморегуляція, соціальний організм країни, легітимізація влади ЗМІ.

Калиниченко Б.М. Власть средств массовой информации: политологический анализ. – Рукопись.

Диссертация на соискание учёной степени кандидата политических наук по специальности 23.00.03 – политическая культура и идеология.– Национальный педагогический университет имени М.П.Драгоманова. – Киев, 2009.

Диссертация посвящена политологическому анализу власти средств массовой информации (СМИ), тяготеющих к власти гражданского общества, которая противостоит власти государства на правах обратной связи, а вместе образующих систему саморегуляции социального организма страны.

Обосновывается основная гипотеза исследования о том, что власть СМИ представляет собой относительно самостоятельный сегмент общего кратологического поля, что позволяет ему эффективно взаимодействовать с государственной властью и властью гражданского общества на паритетных началах. Последовательно обосновывается основной концепт работы – власть СМИ, сущность которого рассматривается как организационно-политическое влияние на организационное мышление и поведение личности и народных масс с целью навязывания им внешних целей и алгоритмов поведения, манипуляции их сознанием, провоцированием поддержки или покупки товаров и услуг. В ходе ретроспективного анализа раскрыты формы реализации власти этим субъектом. Наиболее распространенными являются: психологическая война, манипуляция сознанием, контроль над экономическим, политическим, социальным и идеологическим развитием народов. В последние годы XX ст. стремительное развитие получили Интернет-формы данного явления.

В работе обосновывается семантическая природа явления, сущность подается как ценностно-смысловое влияние СМИ на человека на основе принципа "командования". Содержание воссоздается как совокупность организационных процессов, протекащих между людьми и государствами под непосредственным влиянием СМИ. Сложность восприятия данного феномена состоит в том, что он реализуется в парадигме ненасилия или влияния, при котором отсутствуют многие характеристики присущие управлению, например, субъект и объект, формальная процедура принятия управленческого решения, документальное оформление приказа, механизм введения его в действие и формализованный контроль и отчетность за его исполнение и др. В то же время доказано, что СМИ используют все известные менеджерам инструменты формального управления – архетипы, символы, мифы, нормы морали и права, идеи и идеалы, а также влияет на подсознание, сознание и сверхсознание человека.

Анализируются и классифицируются формы проявления власти СМИ в современном мире. Их диапазон простирается от информационной войны, которую ведут государственные чиновники, политические партии и блоки к военным, включая манипуляцию сознанием уже не отдельного человека, а регионов и мирового сообщества. Приводятся примеры качественно новых форм, получивших развитие на основе современных компьютерных технологий. Раскрыта новая роль СМИ в создании информационного единства мирового сообщества.

Сердцевиной работы является обоснование механизма влияния власти СМИ на личность, благодаря психологическому внушению, и на гражданское общество, благодаря социальному давлению. Подаются этапы действия такого механизма, основывающегося на действии генотипической и фенотипической

информации в дискурсе взаимосвязи и взаимодействия. Отдельно рассматриваться инструменты такого влияния и механизмы защиты личности от давления СМИ на ее сознание. Обосновывается посредническая функция ноосферы в данном процессе.

Широко освещается место и функции власти СМИ в системе саморегуляции социального организма страны. Анализируется специфика ее проявления и последствия в каждом из четырех механизмов, что составляют саморегуляционный контур социальной системы: механизме принятия законов, механизме действия законов, механизме реализации законов и механизме социального контроля или обратной связи.

В исследовании обосновывается легитимность власти СМИ и раскрывается наличие собственной политики владельцев СМИ. Подается развернутая характеристика явления на политическом поле Украины и предлагаются структурные и функциональные меры по оптимизации поведения данного носителя власти в контексте закономерностей XXI ст. и нового этапа развития мирового сообщества.

Ключевые слова: власть, СМИ, личность, гражданское общество, государство, саморегуляция, социальный организм страны, легитимизация власти СМИ.

Kalinichenko B.M. Power of Mass Media: the Politological Analysis. – The Manuscript.

The dissertation on competition of a scientific degree of the candidate of political sciences on a speciality 23.00.03 – political culture and ideology. – National Pedagogical Dragomanov University. – Kiev, 2009.

The dissertation is devoted the politological analysis of the power of mass media gravitating to the power of a civil society, resists to the power of the state as a feedback, and together forming system of self-control of a social organism of the countries.

The basic hypothesis of research is that the power of mass-media represents rather independent segment of the general cratologycal field that allows it to co-operate effectively with the government and the power of a civil society on an equal footing.

In research legitimacy of the power of mass-media is proved and presence of own policy of owners of mass-media reveals. The developed characteristic of the phenomenon on a political field of Ukraine moves and structural and functional measures on optimisation of behaviour of the given carrier of the power in a context of laws XXI the item and a new stage of development of the world community are offered.

Keywords: the power, mass-media, the person, a civil society, the state, self-control, a social organism of the country, legitimation the authorities of mass-media.



Підписано до друку 26.10.2009 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times.
Наклад 100 прим. Зам. № 635
Віддруковано з оригіналів.

Видавництво Національного педагогічного університету
імені М.П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9
Свідоцтво про реєстрацію № 1101 від 29.10.2002.
(044) 239-30-26