

Література:

1. Ерасов Б. С. Цивилизации: Универсалии и самобытность / Б. С. Ерасов; [Отв. ред. Н. Н. Зарубина]. – М.: Наука, 2002. – 524 с.
2. Иноземцев В. Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире / В. Л. Иноземцев // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М.: Academia, 1999. – 640 с. – С. 3-66.
3. Бойченко І. В. Філософія історії: Підручник / І. В. Бойченко. – К.: Т-во „Знання”, КОО, 2000. – 723 с.
4. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. – М.: АСТ, 2002. – 776 с.
5. Гуревич А.П. А волны истории плещут. Третья волна. // Тоффлер Э. – М.: АСТ, 2002. – 776с.
6. Bell D. The Cultural Contradiction of Capitalism / D. Bell. – N.Y., 1976. – p. 204.
7. Дилигенский Г.Г. «Конец истории» или смена цивилизаций? / Г.Г. Дилигенский // Вопросы философии. – 1991. – № 3. – С. 23-35.
8. Пасічник В. Принципи формування сучасної світоглядно-теоретичної основи дослідження суспільства / Василь Пасічник // Суспільно-гуманітарні студії. – 1998. – № 1. – С. 58—62. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://westukr.itgo.com/studii/1_1998/st_16_1_1998.pdf
9. Сен-Симон А. Де Катахезис промышленников / А. Сен-Симон // Избранные сочинения. – М.: Л., 1948. – Т. 2. – С. 121—226.
10. Степин В. Философия ненасилия и будущее цивилизации / В. Степин // Коммунист. – 1991. – С. 54-58.
11. Bell D. The Third Technological Revolution and Possible Socio-Economic Consequences / D. Bell. // Dissent. Vol. XXXVI. – No 2. – Spring. —1989.
12. Пантин В. И. Философия исторического прогнозирования: ритмы истории и перспективы мирового развития в первой половине XXI века / В. И. Пантин, В. В. Лапкин. – Дубна: Феникс+, 2006. – 448 с.
13. Делягин М. Г. Мировой кризис: Общая теория глобализации / М. Г. Делягин. – М.: Инфра-М, 2003. – 768 с.
14. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций и преобразование мирового порядка / С. Хантингтон [Под ред. В.Л. Иноземцев] // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М.: Academia, 1999. – С. 528—556.

Климкова Ірина Ігорівна,
кандидат політичних наук,
професор кафедри політології МАУП

УДК 324(477)

**ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ
НА РОЗВИТОК ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТА СОЦІАЛЬНИЙ УСТРІЙ**

У статті висвітлюються проблеми підходів до вивчення впливу ЗМІ на хід, розвиток та результати світових політичних процесів, проаналізовано підходи різних наукових шкіл ХХ ст., що вивчають проблеми впливу ЗМІ на політичні процеси та соціальний устрій.

Ключові слова: ЗМІ, четверта влада, політичні процеси, політичні рішення, політичний вплив, політичні результати, політичний вибір, інформаційна база.

У статті проаналізовано проблеми підходів до вивчення впливу ЗМІ на хід розвитку та результатів всесвітніх політичних процесів, проаналізовано підходи різних шкіл ХХ ст., які вивчають проблеми впливу ЗМІ на політичні процеси та соціальний устрій.

Ключевые слова: ЗМІ, четвертая власть, политические процессы, политические решения, политическое влияние, политические результаты, политический выбор, информационная база.

In the article the problems of different ways of studying of influence of MASS-MEDIA on motion, development and results of world political processes are eliminated. Also the concepts of different scientific schools of XXth century studying the problems of influence of MASS-MEDIA on political processes and social mode are analysed.

Keywords: MASS-MEDIA, fourth power, political processes, political decisions, political influence, political results, political choice, informative base.

Засоби масової інформації (радіо, телебачення, преса) ефективно впливають на різноманітні спільноти людей, на формування загальноприйнятих смаків, громадського настрою та соціально-психологічних установок. У процесі такого впливу засоби масової інформації (ЗМІ) дотримуються певних правил: враховувати особливості зору, слуху, пам'яті та мислення можливої аудиторії; постійно поліпшувати умови сприйняття і засвоєння інформації.

У наш час практично всю інформацію людство отримує за допомогою телебачення, радіо, преси або Інтернету. ЗМІ стали основним джерелом розповсюдження повідомлень, що впливають не лише на громадську свідомість, а й на хід політичних процесів та на політичні результати. Отже, з процесу отримання інформації виключається діалог, котрий є найважливішим фактором захисту від маніпуляцій свідомістю. Саме тому ЗМІ активно використовують для впливу на аудиторію.

Питання впливу засобів масової інформації (ЗМІ) на політичні процеси є особливо актуальним в період трансформацій. Як ЗМІ впливають на політичні результати? Які політичні „функції” вони виконують?

Представники різних наукових шкіл дають різні і часто суперечливі відповіді на ці запитання. Наприклад, Е. Блек [1, С. 45] подає перелік функцій ЗМІ: забезпечення інформаційної бази для здійснення громадянами політичного вибору; забезпечення каналу комунікації між чинними політиками, політичними рухами, органами державної влади та зацікавленою публікою; допомога іншим інституціям у здійсненні таких функцій, як добір політичних лідерів та представлення їх суспільству; здійснення впливу на процес ухвалення політиками рішень; допомога в організації дискусій між різними політичними силами; визначення порядку денного суспільних дискусій шляхом висвітлення окремих політичних питань; збереження status quo; підтримка інтелектуального впливу панівних класів; створення ринку політичних ідей; визначення концептуальних режимів для всього державного устрою виходячи з технологічних особливостей різних форм ЗМІ.

Перша і найстаріша школа досліджень соціального і політичного впливу ЗМІ виникла після першої світової війни як реакція на створення індустрії реклами і зв'язків із громадськістю, очевидні успіхи військової пропаганди у розпалюванні ненависті до ворога, блискучого використання нацистами нових засобів кіно і радіо для консолідації масової підтримки свого зловісного режиму. Багатьом вченим тоді здавалося, що хисткі промислові демократії міжвоєнної Європи перетворилися на „масові суспільства”, де „широкі маси трудового населення являють собою сукупність розрізнених, не пов'язаних нічим між собою індивідів, позбавлених традиційних зв'язків з родиною та рідними місцями”, відчужених від своєї праці, що легко піддаються впливові тоталітарної пропаганди та ЗМІ [2, С. 173]. Автори теорій масового суспільства розглядали повідомлення у ЗМІ як небезпечний засіб, що дає змогу вводити цінності, ідеї та інформацію безпосередньо вглиб пасивної роздрібненої аудиторії, справляючи на неї універсальний і безпосередній вплив. У цих моделях ЗМІ, що мають назви „ін'єкційної голки” (hypodermic needle) або „чарівної кулі” (magic bullet), масову аудиторію сприймають як відкриту для маніпуляцій, здатну лише реагувати на подразники і сприймати повідомлення від політичної еліти. Особливо яскраво ці ідеї знайшли відбиття у працях вчених Франкфуртської школи, які звинувачували ЗМІ у підбурюванні аудиторії до агресивності, брутальності та безчуттєвості (ці вияви дістали образну назву „наркотичної дисфункції”).

Проте наприкінці 40-х років американські соціологи поставили під сумнів постулати теорії масового суспільства. У той час набули поширення ліберально-плюралістична та функціоналістська моделі, що різко контрастували з песимістичними поглядами Франкфуртської

школи на майбутнє індустріально-масової демократії. На відміну від європейських традицій глобальних або метатеорій, американська методологія соціальних наук істотною мірою ґрунтувалася на постулатах біхевіоризму – концепції, що поєднувала систематичне спостереження та аналіз людської поведінки з моделлю „гіпотеза-спростування”, запозиченою у сфері природничих наук. З розвитком ліберально-плюралістичної традиції „ефект” засобів масової інформації стали розглядати як короточасний, доступний для спостереження акт впливу на поведінку або погляди індивіда, особливо під час голосування на виборах чи здійснення покупок. При цьому маркетингові та політичні кампанії розглядали як ідеальні моделі для дослідження впливу ЗМІ [3, С. 59].

Ґрунтуючись на таких концепціях впливу, емпіричні дослідження використання засобів масової інформації та поведінки людей під час голосування, звісно, не могли спиратися на модель „ін’єкційної голки”. Навпаки, ЗМІ у цих дослідженнях розглядали як такі, що привносять мало нового в уявлення аудиторії; вважалося, що головний їх вплив полягає у посиленні та стимуляції вже існуючих поглядів [4]. Таким чином, засоби масової інформації розглядалися як такі, що відбивають і зміцнюють наявний стан соціальної злагоди у повоевних ліберально-демократичних суспільствах. Вважалося, що аудиторія переносить на ЗМІ свої власні погляди та уявлення. Виник навіть новий напрямок досліджень, спрямований на вивчення „звичок та вподобань”, на тлі яких люди, що складають аудиторію, здійснюють фільтрацію інформаційних повідомлень. Зазначені погляди дістали назву школи „мінімального впливу”, оскільки вони відводять ЗМІ скромну та непомітну роль. Ця школа і дотепер відіграє відчутну роль у теорії масової комунікації.

Починаючи з 60-х років концепції „мінімального впливу” та „посилення і стимуляції” у сфері політичної комунікації стикаються з дедалі більшими труднощами. Деякі тенденції розробки цих проблем, зазначають Дж. Бламлер та М. Гуревич [5, С. 245-249].

По-перше, за умов західної демократії лояльність електорату до конкретних політичних сил весь час зменшувалася. Дедалі більше громадян почали вирішувати, за кого їм голосувати, безпосередньо в процесі передвиборчої кампанії. Тому лояльність щодо окремих політичних партій, як фільтр політично зорієнтованих повідомлень ЗМІ, впливала на вибір дедалі слабше.

По-друге, у 60-ті роки на головні ролі у сфері політичної комунікації вийшло телебачення. Загалом зорієнтоване на розважальні програми і змушене подавати незаангажовані новини, телебачення мало політичні та комунікаційні характеристики, істотно відмінні від тих, що були характерні для щоденних газет. Йому було легко зробити менш поінформованих учасників голосування сприйнятливішими до переконливих телевізійних образів. Це зменшувало спроможність тих учасників голосування, що мали постійні політичні симпатії, уникнути пропаганди з боку політичних супротивників. Крім того, загалом скептичний і навіть іронічний стиль подання політичних новин на телебаченні сприяв подальшому послабленню фільтруючих функцій постійних політичних симпатій електорату.

По-третє, дослідники відчули необхідність переосмислення самої концепції впливу ЗМІ. Стало зрозуміло, що теорія засобів масової інформації, побудована на базі моделі „ін’єкційної голки”, є надто вузькою. Вона пояснює лише короточасні зміни уподобань і переконань людей, натомість важливіший аспект, а саме цілеспрямований, довготривалий вплив ЗМІ на структуру знань аудиторії, її сприйняття того, що існує і що є цінним, залишається нерозкритим. Як мінімум, назріла необхідність з’ясувати, яким чином в аудиторії формується уявлення про події та питання, що лежать за межами її безпосереднього досвіду. Це спричинило виникнення у 70-ті роки нового напрямку емпіричних досліджень масової комунікації – так званого „нового погляду”. Одна з головних шкіл цього напрямку наукових досліджень впливу ЗМІ в США зробила засадничою концепцію активної аудиторії і пов’язану з нею модель „мінімального впливу”, але також визнала і важливу роль засобів масової інформації у формуванні порядку денного і спрямуванні уваги аудиторії, про що ми ведемо мову далі.

Слід зазначити, що існує і кілька досить радикальних інтелектуальних концепцій, які суперечать біхевіористській теорії „мінімального впливу”.

По-перше, гострі соціальні і політичні конфлікти 60-х років і пов’язане з ними піднесення прогресивних соціальних рухів і лівого крила політичних сил змусили представників багатьох

наукових шкіл поставити під сумнів один з базових постулатів ліберального плюралізму – наявність соціальної злагоди як заданої умови. Згідно з новими уявленнями, соціальна злагода не є заданою умовою, її можна і слід досягти у результаті активного процесу поширення ідеї консенсусу на домінуючу конкретику дійсності; процесу, в якому ЗМІ відіграють активну роль [3]. Цей процес поширення ідеї злагоди дуже нагадує те, що радикальні теоретики ЗМІ відбивали через концепцію ідеологічного домінування або гегемонії. З точки зору цієї концепції вплив засобів масової інформації є набагато ширшим, ніж просто зміна уявлень людей; він включає також довготривалий процес легітимізації новостворених політичних та економічних еліт та ідеологічне закріплення соціального порядку, в межах якого багатство і владу розподілено нерівномірно.

Друга концепція, опозиційна біхевіористській теорії впливу засобів масової інформації, походить з табору технологічного детермінізму. Автори цієї концепції вважають технології ЗМІ, їх форми і зміст поширюваної за їх допомогою інформації невід'ємною складовою соціального життя, і таким чином будь-яке відокремлення „ефекту ЗМІ” від інших явищ позбавлене сенсу [6, С. 16]. Наприклад, Д.Л. Елтіайд та Р.П.Сноу [7, С. 10-15, 146] розглядають сучасне суспільство як підпорядковане „логіці ЗМІ”, під якою вони розуміють „спосіб, у який ЗМІ подають та поширюють інформацію” і невід'ємними складовими частинами якого є різні види і формати засобів масової інформації. Впродовж минулих століть ЗМІ відбивали характер домінуючих інституцій – нині вони самі стали домінуючою силою, якій підпорядковуються інші інституції, і зокрема „всі політичні процеси”, що „нерозривно пов'язані з логікою роботи ЗМІ і завдяки цьому перетворилися на додаток до головної їх продукції”.

Найвідомішим прихильником концепції, що „ЗМІ – це повідомлення”, а їх характеристики за кожної доби визначають рівень культури, був М. МакЛаген. Як пише Е. Блек [1, С. 37]: „згідно з МакЛагеном наш спосіб мислення та дій, ба навіть уся наша культура, залежить від зовнішніх засобів, за допомоги яких ми висловлюємо свої думки і дістаємо повідомлення від інших”. Кожен з цих засобів є продовженням людських відчуттів, і той з них, що посідає провідне становище у культурі, визначає особливості нашого сприйняття й ті соціальні взаємозв'язки, що стосуються володіння та передачі знання.

Третя радикальна контрконцепція наявним теоріям впливу виникла у 70-80-х роках і пов'язана з працями з питань семіотики та структуризації соціального мислення. Представники біхевіористської школи розглядали комунікацію як лінійний процес, що починається з відправника (це може бути політик, журналіст або ціла інформаційна організація) і закінчується одержувачем (що входить до складу аудиторії). Цю лінійну концепцію описано відомою формулою Гарольда Лассвелла (Harold Lasswell): „Хто кому що сказав у який спосіб і які це мало наслідки?” [4, С. 50].

Натомість дослідники, що додержуються семіотичних поглядів, розглядають процес політичної комунікації як замкнене коло, утворене процесами кодування і декодування, за допомоги яких члени певної мовної спільноти формують значення та обмінюються ними. Там, де „лінійна концепція” робить наголос на намірах відправника повідомлення, семіотика ставить на перший план текст та коди, що є засадничими стосовно нього, – систему знаків і правил (наприклад, жанри та умовності професійної журналістики), на підставі яких будують окремі тексти (наприклад, інформаційні телепрограми або газетні статті). Джерелом значень вважають передусім кодовані тексти, а не наміри або переконання відправників повідомлень.

У своїй відомій моделі „кодування-декодування” Стюарт Гол [3] об'єднав як постулати семіотики, так і деякі протилежні їм положення:

„По-перше, відправники повідомлень обирають спосіб кодування повідомлень залежно від своїх ідеологічних та інституційних цілей і задля їх досягнення маніпулюють мовою та засобами масової інформації (повідомлення у ЗМІ містять „запрограмований варіант тлумачення” або те, що зараз називають „спін” (spin). По-друге, отримувачі повідомлень (декодувальники) зовсім не зобов'язані сприймати повідомлення так, як їх замислили відправники; навпаки, вони можуть чинити опір і чинять його ідеологічному впливові, застосовуючи інші, часом діаметрально

протилежні варіанти тлумачення, сформовані на підвалинах своїх власних уявлень і життєвого досвіду” [8, С. 53].

У бірмінгемському Центрі досліджень сучасної культури на базі моделі „кодування-декодування” Стюарта Гола започаткували низку піонерних досліджень. У двох з них здійснили спробу виявити „запрограмований варіант тлумачення” у деяких британських телевізійних програмах поточних новин, а також „позитивний” і „негативний” варіанти їх інтерпретації різними групами глядачів [9]. Модель Стюарта Гола передбачає, що хоча різні представники аудиторії можуть по-різному тлумачити інформаційні повідомлення, варіанти тлумачень не є абсолютно довільними, невизначеними або індивідуально ідіосинкратичними. Вони пов’язані з приналежністю споживачів новин до певних соціально-структурних груп (субкультура, рід занять та соціальний клас) та їх спроможністю користуватися як окремими, так і загально визнаними кодами. У першому наближенні Девід Морлі та його колеги розглядали три різновиди кодів: домінуючий (dominant), невизначений (negotiated) та опозиційний (oppositional) [11].

Як ми бачимо, питання політичної ефективності засобів масової інформації є досить об’ємним і відкриває широкий простір для плідних дискусій як у межах окремих інтелектуальних традицій, так і між різними науковими школами.

Як один з можливих напрямків можна навести дебати стосовно реальної оцінки впливу ЗМІ. Важливо правильно оцінювати цей вплив, не перебільшуючи його, але й не нехтуючи ним. Вплив засобів масової інформації виявляється здебільшого не як результат наполегливої пропагандистської роботи медійних організацій, а, навпаки, як побічний продукт прийнятого у цих організаціях способу опрацювання та подання новин масовій аудиторії. Прямий вплив пропагандистських кампаній, навіть якщо їх проводять цілеспрямовано, у будь-якому разі виявляється обмеженим. ЗМІ дійсно впливають на сприйняття публікою політичного світу. Врешті-решт зміна сприйняття у політиці (наприклад, усвідомлення, що той чи той політичний лідер корумпований, його вигляд оманливий, а сам він не вартий довіри) може призвести до зміни уподобань та поведінки (наприклад, до рішення не голосувати надалі за цього політика). Понад те, засоби масової інформації та уявлення публіки, що їх вони допомагають сформувати, є невід’ємною частиною політичного середовища, у межах якого органи державної влади здійснюють добір пріоритетів і розподіл ресурсів. Вплив засобів масової інформації на визначення порядку денного призводить до зміни спрямування політики і перебудови системи пріоритетів, наголошування одних питань і нехтування іншими.

З іншого боку, силу впливу ЗМІ не варто переоцінювати. Аудиторія зовсім не є зібранням пасивних простаків. Здатність ЗМІ впливати на формування порядку денного і спрямовувати увагу публіки виявляється істотно обмеженою, якщо аудиторія цікавиться громадським життям, має тверді політичні переконання і доступ до альтернативних джерел інформації. Якщо, навпаки, аудиторія взагалі не цікавиться політичними проблемами, здатність ЗМІ спрямовувати увагу також виявляється недостатньою. На думку Ієнгара та Кіндера [10, С. 117], засоби масової інформації навряд чи спроможні „роздмухати” абсолютно штучну й неіснуючу проблему або, навпаки, „поховати”, замовчувати ту, яка реально непокоїть людей.

До того ж і самі ЗМІ є об’єктом спрямування різних впливів, у тому числі й впливу політичної еліти. Засоби масової інформації не визначають політичний порядок денний в односторонньому порядку. Вони є лише однією із складових широкомасштабного процесу його формування, в якому беруть участь групові інтереси, партії та еліти, що взаємодіють між собою за умов комплексного й нестабільного соціального та економічного оточення. Аргументи школи технологічного детермінізму, що ЗМІ формують контури всієї політичної культури, навряд чи можна вважати переконливими, оскільки, по-перше, розвиток технологій сам по собі є результатом взаємодії різних сил: соціальних, економічних та політичних, як, наприклад, логіка капіталістичного нагромадження [11]. По-друге, „медійний” детермінізм ігнорує особливості, що визначають умови політичного життя та існують з року в рік впродовж десятиліть. У Канаді – це, наприклад, влада корпоративних структур, сильний вплив США, франко-англійський дуалізм, сепаратизм провінцій, розшарування населення за класами, статтю та етнічною приналежністю. Якщо засоби масової інформації справді справляють такий беззаперечний вплив, як вважають

представники детерміністичної школи, то чому структурні умови залишаються практично незмінними, незважаючи на бурхливий розвиток комунікаційних технологій? Мабуть, доцільніше розглядати інформаційні організації не як детерміністичні, а як такі, що беруть участь у багатосторонніх зв'язках з іншими політичними силами; зв'язках, що їх формують і видозмінюють під впливом наведених вище особливостей [12, С. 49].

Другий напрямок дискусій пов'язаний з тим, наскільки ЗМІ сприяють інформуванню громадськості та підвищенню активності населення на виборах. Перш за все істотний вплив засобів масової інформації на формування політичних пріоритетів певною мірою розвіює романтичний ідеал демократичного громадянина, який є добре поінформованим, скептичним, глибоко переймається громадськими справами і дбає про державу, націю та якість управління ними [11]. За умов комплексного суспільства, де рівень розподілу праці досить високий, такі погляди у багатьох випадках є надто оптимістичними.

З іншого боку, незважаючи на неминучість певних обмежень, пов'язаних з бажанням і спроможністю громадян брати участь у політичному житті, вищесказане ніяк не означає, що реформування системи масової інформації не дасть змоги підвищити рівень поінформованості та активність громадян – те, що становить підґрунтя демократичної суспільної сфери. Добрий знак – свідомі вчені, працівники ЗМІ та активісти у Сполучених Штатах та інших країнах останнім часом намагаються внести до політичного порядку денного питання про самі засоби масової інформації. Відомі два приклади: громадський рух журналістів, що прагне зробити політичні новини зрозумілішими і значимими для громадян і залучити їх до участі у політичному житті; та культурно-екологічний рух – коаліція груп, занепокоєних концентрацією власності й комерційним контролем засобів масової інформації в Америці [12, С. 200-206, 213-222].

Третій напрямок дискусій стосується впливу ЗМІ на політичну владу і весь соціальний устрій. Чи справді засоби масової інформації загрожують керованості суспільства за умов розвиненої демократії через своє вороже ставлення до влади, як стверджують деякі представники консервативної школи? Чи вони виконують здебільшого позитивні функції у рамках політичної системи, яка достатньою мірою відповідає потребам громадян, як це стверджують прихильники ліберально-плюралістичної традиції? Чи, може, ЗМІ здебільшого сприяють легітимізації домінуючих цінностей та інституцій, не піддаючи їх критичній перевірці, і у такий спосіб закріплюють несправедливий поділ багатства і влади, як вважають прибічники теорії гегемонії?

Література:

1. Black Edwin. Politics and the News: The Political Functions of the Mass Media. / Edwin Black. - Toronto: Butterworths. – 1992. – 168 p.
2. Горшков М. К. Общественное мнение: История и современность. / М.К. Горшков. – Москва. – 2005. – 383с.
3. Буданцев Ю.П. Системность в изучении массовых информационных процессов / Ю.П. Буданцев. – М.: Изд-во ун-та дружбы народов. – 1986. – 166 с.
4. Васильев В.П. Методология и методика конкретных социальных исследований СМІ и пропаганды./ В.П. Васильев. – М.– 1986. – С.50.
5. Blumler Jay G., Michael Gurevitch. The Political Effects of Mass Communication. / In Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran and Janet Woollacott, eds. - Culture, Society and the Media. London: Methuen.– 1982.- P. 245-249.
6. Безгодова О.В. Паблік рилейшнз в системе политического управления. Канд. диссерт.// РАГС. – 1997. – 183 с.
7. Altheide David L., R. Peter Snow. Media Logic/ . Altheide David L., R. Peter Snow. – Beverly Hills and London: Sage.– 1979. .- 450 p.
8. McQuail, Denis. Mass Communication Theory: An Introduction. / McQuail, Denis. Mass –Third edition.– Londo. – Sage Publications. – 2001.- P.10-15, 146.
9. Hall Stuart. "The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in Media Studies."/ In Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran and Janet Woollacott ets. Culture, Society and the Media. – London. – Methuen. – 1982.- P.86-87.

10. Iyengar Shanto, Donald Kinder. News that Matters: Television and American Opinion. Chicago: University of Chicago Press. – 1987; Kinder Donald R., David O. Sears. "Public Opinion and Political Behavior." In Gardner Lindzey and Elliot Aronson, eds., Handbook of Social Psychology: Volume 2. New York: Random House. – 1985.- P.117.
11. David Morley, Charlotte Brunson. Everyday Television: 'Nationwide'./ David Morley, Charlotte Brunson.. - London: British Film Institute. – 1978.- P. 40-68.
12. Блумер Г. Коллективное поведение: Пер. с англ./ Блумер Г // Американская социологическая мысль: Тексты.– М.– 1994. – С.200-206; С.213-222.
13. Хлівнюк Т.П. Вплив ЗМІ на політичний простір сучасної України: Дисс...канд.політ.наук. 23.00.02. – 2008. – 174с.
14. Почепцов Г.Г., Чукут С. А. Інформаційна політика: Навч. посіб./ Г.Г. Почепцов, С. А. Чукут– К.: Знання, 2006. – С. 16.
15. Канченко А.В. Вплив засобів масової інформації на прийняття політичних рішень./ А.В. Канченко. — Стратегічні пріоритети, №4(13).— 2009. – С.40-45.

Козакевич Ірина Олегівна,
старший викладач кафедри політології
Міжрегіональної Академії управління персоналом

УДК 242.7:316.37

СОЦІАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ФРАНКФУРТСЬКОЇ ШКОЛИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Висвітлюється процес формування та кристалізації основних постулатів соціальної концепції Франкфуртської школи. Розглядається еволюція ідей представників школи, які становлять основу соціальної теорії. Простежується вплив історичних подій, соціально-політичних та культурних перетворень другої половини ХХ ст. на становлення та утвердження основоположних позицій зазначеної концепції.

Ключові слова: Франкфуртська школа, "критична теорія", неомарксизм, негативна діалектика, раціональність, відчуження, "велика відмова".

Освещается процесс формирования и кристаллизации основных постулатов социальной концепции Франкфуртской школы. Рассматривается эволюция идей представителей школы, положенных в основу социальной теории. Прослеживается влияние исторических событий, социально-политических и культурных трансформаций второй половины ХХ в. на становление и утверждение основополагающих позиций вышеуказанной теории.

Ключевые слова: Франкфуртская школа, "критическая теория", неомарксизм, негативная диалектика, рациональность, отчуждение, "великий отказ".

The article covers the process of formation and crystallization of the basic tenets of the Social Concept of the Frankfurt School. The author focuses on the evolution and development of ideas of representatives of schools, formed the basis of social theory. The article shows the influence of historical events and socio-political and cultural transformations in the second half of the 20th century on the formation and adoption of the fundamental points of the theory.

Keywords: Frankfurt School, "Critical Theory", neo-Marxism, negative dialectic, rationality, alienation, "the Great Refusal."

Справедливо зауважити, що проблеми, підняті в свій час Марксом, вказували на складність їх практичної реалізації, в той час як сам факт спроби застосування методу Маркса для трансформації настанов його системи дав плідні і результативні наслідки в неомарксизмі.

Так, Франкфуртська школа виявилась найбільш впливовим явищем та стала відомою такими її провідними представниками, як М.Хоркхаймер, Г.Маркузе, Е.Фромм, Г.Адорно,