

ВІДГУК ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА


на дисертацію Плюща Олександра Миколайовича

«Соціально-психологічні механізми інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві», представленій на здобуття наукового ступеня доктора психологічних наук за спеціальністю 19.00.05 – соціальна психологія, психологія соціальної роботи

Розвиток та поширення новітніх інформаційних технологій породжує цілу низку актуальних проблем соціального та психологічного характеру, пов'язаних із впливом потужних інформаційних потоків на індивідуальному та суспільному рівнях. Своєрідним «смысловим ядром» (або «загальним знаменником») більшості цих проблем, з нашого погляду, можна вважати феномен психологічних механізмів інформаційного впливу. Розуміння специфіки розвитку та функціонування останніх дозволяє розкрити проблему інформаційного впливу в різних аспектах, зокрема у динамічному, структурному тощо. Все це дає підстави констатувати й фундаментальну, й прикладну значущість тематики дисертаційного дослідження О. М. Плюща.

Вивчення тексту дисертації дозволяє побачити, що остання є результатом досить глибокого та ретельного теоретичного аналізу досліджуваної проблеми. Дисертантом були чітко визначені мета, об'єкт та предмет дослідження, окреслені його основні завдання. Обрана теоретико-методологічна основа дослідження повною мірою відповідає заявленим меті та предметному спрямуванню. Рецензована дисертація складається зі вступу, шести розділів, висновків та переліку використаних джерел (469 найменувань).

У першому розділі роботи («*Теоретико-методологічні основи дослідження соціальних процесів постіндустріального суспільства*») автор аналізує соціальну та психологічну специфіку функціонування постіндустріального суспільства, описує основні принципи синергетичної парадигми та особливості синергетичного моделювання соціальних процесів. Дисертант логічно обґрунтовує не просто важливу, але домінуючу роль засобів масової комунікації у формуванні картини світу сучасного індивіда, значущість штучно сформованих віртуальних симулятивних реальностей у масовій

Отримано 18.10.2018р. 

свідомості та культурі. Враховуючи багатоелементність, багатоаспектність та багатофакторність інформаційного впливу на сучасному постіндустріальному етапі, вибір дисертантом синергетичної парадигми як концептуальної основи можна вважати не просто вдалим, а фактично єдино можливим для повноцінного та всебічного розуміння досліджуваної проблеми. У контексті філософського аналізу вищезазначеної парадигми автор акцентує увагу на тринітарному ракурсі вивчення складних соціальних та психологічних систем. Цікавим, хоча подекуди й дискусійним, видається авторське порівняння синергетичного та системного підходів (С.60-67) при вивченні соціально-психологічних феноменів.

Логічним продовженням першого розділу є наступний (*«Специфіка синергетичного підходу при аналізі процесів інформаційного впливу»*), у якому автор обґрунтовує доцільність обраного методологічного підходу. Аналіз широкого кола вітчизняних та зарубіжних джерел з філософії, соціології, комунікативістики та психології дозволив дисертанту всебічно розглянути феномени комунікації та інформаційного впливу. Спираючись на синергетичну парадигму, автор доходить думки, що сутність інформаційного впливу суб'єкта слід розуміти як *«поширення ним інформації у часі та просторі з метою утвердження його дискурсу»*, як *«невід'ємну частину складного процесу соціальної комунікації, в ході якого суб'єкти декларують дискурси..., узгоджують їх і конструюють спільний дискурс...»* (С.91). Керуючись тринітарним принципом структурного аналізу, О. М. Плющ пропонує відповідні моделі комунікації та комунікативного простору (рис. 2.2.1 та 2.2.2), співвідносячи їх з трьома основними теоретико-методологічними підходами (суб'єкт–об'єктним, суб'єкт–суб'єктним та колективного суб'єкта). Порівнюючи їх, автор аргументує обмеженість перших двох парадигм, і необхідність спиратися на останню, що виводить феномен комунікації на рівень макросоціальних систем. Це, на думку автора, дозволяє обґрунтувати соціально-психологічний характер обраного синергетичного підходу. Цікавою можна вважати також ілюстрацію історичного зростання складності комунікативного процесу, виконану на основі класичної моделі Г. Лассуелла.

Основними в дисертації нам уявляються два наступні розділи, в яких описана авторська концепція інформаційного впливу. Так, у третьому розділі (*«Основні положення синергетичної концепції інформаційного впливу»*) дисертант уточнює сутність понять «інформація», «дискурс» та «інформаційний вплив» з позицій синергетичної парадигми. Керуючись останньою, зокрема тринітарним аналітичним ракурсом, автор послідовно виокремлює та описує комплекс тріад: «знак–слово–текст» та «знак–сенс–мета» (стосовно інформації), «дискурс образу суб'єкта–образ суб'єкта–картина світу» та «життєдіяльність суб'єкта–простір соціальних комунікацій–аутокомунікація суб'єкта (стосовно дискурсу та його конструювання). Наведений аналіз супроводжується схематичними рисунками (3.3.1–3.3.4), котрі наочно ілюструють погляди автора. Інтерес, зокрема, викликає рисунок 3.3.4, у якому відображається сутність інформаційного впливу (С.155).

Вищезгадана авторська логіка продовжується і в четвертому розділі дисертації (*«Соціально-психологічні механізми інформаційного впливу»*). Він розпочинається підрозділом, у якому описується сутність поняття «психологічний механізм». Під цими механізмами дисертант розуміє досить широкий діапазон психологічних феноменів, зокрема психічні процеси, сукупність чинників, умов та компонентів психологічного розвитку, перетворювальну діяльність суб'єкта тощо. При цьому О. М. Плющ поділяє думку ряду фахівців про те, що практично будь-який психологічний механізм у соціальному контексті набуває статусу соціально-психологічного (С.171). Таким прийомом дисертант фактично дає собі, умовно кажучи, повний «карт-бланш» у ході подальшого аналізу проблеми, що можна добре побачити на прикладі тези: *«Конструктивна складність організації цього процесу [прим. – сприймання інформації] дозволяє досліднику суб'єктивно виокремлювати його різні змістовні аспекти, інтерпретуючи їх як психологічні механізми сприймання інформації»* (С.185). Керуючись цим, а також тринітарним принципом, автор пропонує концептуальну модель базових механізмів (за автором, «механізми механізмів») сприймання інформації («розпізнання–розуміння–антиципація»), і модель організації соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу («конструювання знакового тексту

інформації–створення соціального контексту ситуації–програмування дискурсу споживача інформації»). Алгоритми їхнього функціонування відображено на схематичних малюнках 4.2.2 та 4.3, які, відповідно, можна вважати центральними фрагментами дисертаційної роботи О. М. Плюща. Розглядаючи взаємодію соціально-психологічних механізмів інформаційного впливу у межах єдиної («синергетичної») системи, автор цілком логічно обґрунтовує тезу про компліментарність дії цих механізмів у позиціях суб'єкта та адресата впливу.

Проаналізувавши сутність та механізми інформаційного впливу, дисертант здійснює логічний перехід до проблеми ефективності цього впливу у наступному, 5-му розділі роботи (*«Вивчення ефективності інформаційного впливу»*). Підкреслюючи багатоаспектність досліджуваної проблеми та багатоваріантність відповідних досліджень, О. М. Плющ пропонує цілу низку критеріїв «ефективності діяльності» суб'єкта інформаційного впливу, у яких враховуються досить різнобічні за своєю сутністю «показники» та «оцінки» (табл. 5.1). У розділі також проаналізовано ряд об'єктивних та суб'єктивних чинників ефективності інформаційного впливу, описано можливі ефекти інформаційного впливу на різних рівнях (від психофізіологічного до соціально-психологічного), а також складнощі організації та проведення відповідних емпіричних досліджень. Все це свідчить про широку ерудицію автора не лише у галузі соціальної психології, але й суміжних напрямків (загальної, експериментальної психології, психосемантики тощо). Аналітичні міркування з вищевказаних питань ілюструються описом результатів ряду емпіричних досліджень, здійснених самим дисертантом так іншими науковцями.

Останній, шостий розділ дисертації (*«Використання технологій інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві»*) надає дослідженню О. М. Плюща практичної значущості. Керуючись раніше обраним «широким» розумінням поняття «психологічний механізм», дисертант пропонує розглядати технології інформаційного впливу як *«діяльність з конструювання механізмів інформаційного впливу»* (С.270); останні, у свою чергу, розглядаються як *«діяльність з виробництва інформації (знакових текстів), конструювання соціального контексту і програмування дискурсу споживача інформації»* (С.268). Відповідно із синергетичною моделлю

механізмів інформаційного впливу, в роботі пропонується типологія інформаційних технологій; яка включає виробничі, соціальні та ментальні різновиди (що відповідають відповідно за створення інформації, конструювання соціальних структур зі створення та розповсюдження інформації, та за програмування соціетального дискурсу). Автор підкреслює важливу роль новітніх інформаційних технологій у сучасних соціально-політичних та соціально-культурних процесах, зокрема у створенні та поширенні ефектів віртуалізації реальності, що знаходить відображення у запропонованій тезі *«хто володіє інформаційними технологіями, той керує світом»* (С.273). Власні теоретичні міркування автор супроводжує прикладами створення та використання технологій інформаційного впливу у США, країнах Західної Європи, Росії та Китаї. Науковий і практичний інтерес також становить зміст підрозділу 6.3, де аналізуються проблеми забезпечення інформаційної безпеки суспільства. Дисертант пропонує власне визначення деструктивного інформаційного впливу, описує його показники та психологічні наслідки; чинники, що знижують та підвищують його ефективність; проблеми діагностики деструктивності інформаційного контенту. У роботі також аналізуються стратегії інформаційної безпеки суспільства, котрі відповідають суб'єкт-об'єктній, суб'єкт-суб'єктній та метасуб'єктній парадигмам. Автором підкреслюється думка про те, що стратегії інформаційної безпеки суспільства повинні передбачати наявність у ньому якісного соціетального дискурсу, котрий дозволяє суспільству витримувати порівняння з дискурсами інших суспільств.

За загальної позитивної оцінки дисертаційної роботи О. М. Плюща, з нашого погляду, варто висловити **окремі зауваження та побажання**.

1) Наприкінці 2-го розділу дисертант робить висновок про те, що обраний ним *«синергетичний підхід... за своєю сутністю є соціально-психологічним»* (С.125). Вважаємо, що у даному випадку автор змішує дві різних тези – про смислову сутність вищезазначеної парадигми та доцільність її використання у своєму дослідженні. Повністю підтримуючи останнє, авторське твердження про *«соціально-психологічну сутність»* синергетики нам уявляється досить спірним. По-перше, синергетика фактично вперше почала розвиватися у межах

природничих наук (Л. фон Берталанфі та ін.) і досі з успіхом застосовується в них. А по-друге, заява про те, що сутність синергетики обмежується предметною галуззю лише якоїсь однієї науки, фактично суперечить самій сутності першої (вивчення систем, котрі складаються з інших систем різної природи – за Г. Хакеном).

2) Відповідно до обраного дисертантом тринітарного принципу синергетичного аналізу, в усіх схематичних малюнках підрозділу 3.3. (рис. 3.3.1–3.3.4) автор намагається виокремлювати по три компоненти. Поряд із тим, на малюнку 3.3.1, котрий відображає схему інформаційного простору ЗМІ (С.152), фактично присутні лише дві складові – інформація ЗМІ та суб'єкта впливу (перший елемент дублюється). Виникає враження, що це суперечить загальній авторській логіці.

3) Окремі смислові моменти дисертації дублюються у різних її розділах та підрозділах. Зокрема, теза про інформаційний вплив як аспект комунікації з метою просування суб'єктом свого дискурсу чомусь кілька разів повторюється у висновках і до другого (С.124), і до третього (С.164) розділів, а також у підрозділах 4.3. (С.187) та 5.1 (С.233). Аналогічно дублюються тези стосовно розуміння інформації як прояву дискурсу, що містить програму дій суб'єкта для досягнення запланованих цілей (у підрозділі 2.1. на С.91 та у висновках до 3-го розділу на С.163), а також розуміння сутності технологій інформаційного впливу та їхніх типів (у підрозділах 6.1 на С.270, та 6.2. на С.273).

4) Запропоноване автором надто «широке» розуміння поняття «психологічний механізм» (діяльність суб'єкта з перетворення його ментальних структур) призводить до того, що місцями смислової сутності цього явища втрачається і відбувається ототожнення цих механізмів з окремими видами професійної діяльності або цілими соціально-політичними технологіями. Як результат, у підрозділі 4.3 серед окремих «механізмів» (які забезпечують функціонування базових) автор згадує «формування порядку денного», «корекцію потоку новин», «створення структур, що конструюють інформаційні тексти», «пропаганду», дискредитацію або підвищення авторитету джерела інформації, «контроль над інформаційними потоками», «цензуру», комп'ютерні технології штучного створення та управління громадською думкою, лобістську

діяльність неурядових організацій тощо. Якщо ж продовжувати логіку дисертанта, то універсальними механізмами інформаційного впливу слід визнати, наприклад, політику або науково-технічний прогрес. На наш погляд, розмежування понять «механізми», «чинники», «діяльність» та «технології» дозволило б чіткіше окреслити перші.

5) Складається враження про ускладненість та певну суперечливість авторського аналізу критеріїв ефективності інформаційного впливу у 5-му розділі роботи. З одного боку, дисертант розглядає ефективність інформаційного впливу як оцінку діяльності суб'єкта впливу. Це призводить до того, що, по-перше, серед авторських оцінок ефективності зустрічаються ті, котрі виходять за предметні межі соціальної психології (наприклад, економічний критерій «кількість вироблених текстів», С.239); по-друге, пропонуються оцінки, які або не стосуються споживача інформації (наприклад, затрачені комунікатором зусилля та ресурси), або не стосуються мети комунікатора (отримані, але не заплановані результати). У той же час раніше дисертант обґрунтовував тезу про те, що кінцевою метою інформаційного впливу є зміни ментальних структур (дискурсу) споживача інформації відповідно до мети суб'єкта впливу. Виходячи з цього, ймовірно, логічніше було б обмежитись виокремленням низки критеріїв ефективності, пов'язаних зі змінами саме у споживачів інформації на різних рівнях (індивідуальному, груповому та суспільному), або принаймні визнати такі критерії основними.

б) У переліку використаних джерел наведено лише 13 праць іноземною (англійською) мовою. При цьому переважна більшість з них датується 1940-1990-ми роками, а новітні іншомовні наукові праці взагалі відсутні. Вважаємо, що теоретичний аналіз сучасних зарубіжних, зокрема англомовних, праць за темою дисертації збагатив би останню.

Наведені вище зауваження та побажання можна вважати швидше рекомендаційними, такими, що суттєво не знижують загалом позитивної оцінки проведеного дослідження. Автореферат відповідає тексту дисертації. Результати та висновки дослідження пройшли необхідну апробацію.

Все вищезазначене дозволяє дійти висновку про те, що дисертація **«Соціально-психологічні механізми інформаційного впливу в**

постіндустріальному суспільстві» є оригінальним, завершеним фундаментальним дослідженням, котре має наукову новизну та практичну значущість, сприяє розв'язанню однієї з актуальних проблем соціальної психології. Зміст та оформлення роботи відповідають вимогам, викладеним у «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника». Автор дисертації, **Плющ Олександр Миколайович**, заслуговує на присудження наукового ступеня доктора психологічних наук за спеціальністю 19.00.05 – соціальна психологія, психологія соціальної роботи.

Завідувач кафедри загальної, вікової
та соціальної психології імені М. А. Скока
Національного університету «Чернігівський
колегіум» імені Т. Г. Шевченка,
доктор психологічних наук, доцент



О. Ю. Дроздов

Підпис О. Ю. Дроздова засвідчую

Начальник відділу кадрів
Національного університету «Чернігівський
колегіум» імені Т. Г. Шевченка



Л. Ф. Лук'яненко