

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Факультет міжнародних відносин, політології та соціології

Кафедра політології

Дипломна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

«Роль ЗМІ в підготовці і здійсненні політичних трансформацій»

«The role of the media in the preparation and implementation of political transformations»

Виконала: студентка денної форми навчання
спеціальність 052 – «Політологія»

Кузнецова Ангеліна Русланівна

Керівник к.політ.н., викл. Дяченко О.В. _____

Рецензент к.філос.н., доц. Огаренко Є.С. _____

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ 8 від 26.04. 2021 р.

Захищено на засіданні ЕК № 2

протокол №__ від _____ 2021 р.

Оцінка _____ / _____ / _____

(за національною шкалою/шкалою ECTS/ бали)

Завідувач кафедри

_____ Попков В.В.

(підпис)

Голова ЕК

_____ Мілова М.І.

(підпис)

Одеса – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3 стр.
РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ ТА ФУНКЦІЇ ЗМІ	7 стр.
1.1. Функції ЗМІ.....	7 стр.
1.2. Історія засобів політичних комунікацій.....	12 стр.
1.3. Місце і роль ЗМІ в політиці.....	18 стр.
Висновки до розділу 1.....	22 стр.
РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ЗМІ У ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ	23 стр.
2.1. Збір і розповсюдження інформації.....	23 стр.
2.2. Формулювання громадської думки.....	30 стр.
2.3. Політичне маніпулювання.....	34 стр.
Висновки до розділу 2.....	41 стр.
ВИСНОВКИ	42 стр.
Список використаних джерел	48 стр.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі у зв'язку з розвитком інформаційних технологій і настанням нової епохи – інформаційного суспільства, надзвичайно зростає роль засобів масової інформації. У тому числі посилюється вплив ЗМІ на політичні процеси, що відбуваються як в окремих країнах, так і в світі в цілому. ЗМІ перетворюють інформацію про діяльність політичних сил, органів державного управління на публічну, забезпечують комунікацію між усіма учасниками політичного життя суспільства, а також виступають в ролі посередників у владному діалозі з громадянами. Сьогодні у суспільстві мас-медіа виступають не просто посередником у передачі інформації, але і її творцем. У зв'язку з цим, вивчення засобів масової інформації та їх впливу на політичний процес, дипломна робота є дуже актуальною, як для практики та й для політичної науки.

Діяльність 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. Завдяки розвитку ЗМІ, створено принципово новий вид соціального управління – маніпулювання масовою свідомістю, розробка й удосконалення методів якої оцінюються значно вище, ніж інші види інтелектуальної діяльності. Засоби масової комунікації являють собою значний технічний та ідеологічно-пропагандистський фактор впливу на політичний процес будь-якої розвинутої країни світу.

Питання засобів масової інформації в підготовці та здійснення політичних трансформацій є досить гострим також і для вітчизняної науки. Неоднозначні зміни в українському суспільстві віддзеркалюються також у суперечливому характері впливу ЗМІ на процеси демократизації.

Отже, актуальність даної теми ще раз підтверджує, що роль ЗМІ в підготовці політичних трансформацій сьогодні є одним із могутніх соціальних інститутів політичної системи та великою потенційною силою, що має бути спрямована на демократизацію суспільних процесів.

Об'єктом дослідження виступає роль ЗМІ у політиці.

Предметом дослідження є особливості підготовці і здійсненні політичних трансформацій.

Мета дослідження полягає у визначенні ролі ЗМІ в підготовці і здійсненні політичних трансформацій.

Реалізація поставленої мети вимагає вирішення ряду дослідницьких завдань:

- Охарактеризувати функції ЗМІ;
- Визначити історію засобів політичних комунікацій;
- Описати місце і роль ЗМІ в політиці;
- Висвітлити збір і розповсюдження інформації;
- Проаналізувати формулювання громадської думки
- розглянути політичне маніпулювання.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає у поглибленні розуміння ЗМІ в підготовці політичних трансформацій.

Характеризуючи *ступінь наукової розробки проблеми* слід наголосити, що вивчення діяльності ЗМІ розпочалося ще на початку ХХ ст., а спроби створення теоретичних концепцій з'явилися вже в середині ХХ ст. в працях П. Лазарсфельда і Г. Ласвелла. Сьогодні зарубіжна і вітчизняна наукова думка пропонують широкий спектр різноманітних досліджень проблем впливу засобів масової інформації на політику. Варто зазначити вагомий внесок у розробку вищезгаданої проблематики таких вчених як К.Крос,

Р.А.Гакет, Д.Брайант, С.Томпсон, Ш.Ієнгар, а щодо окремо вивчення впливу ЗМІ на громадську думку, зокрема на електоральні вподобання населення, слід згадати таких вчених як Б.Клаппер, Н.Нойман, С.Леннарт, У.Міллер.

Праці українських дослідників, присвячених дослідженню ЗМІ, слід зазначити, що в сучасному контексті дана тема почала вивчатися лише з часу проголошення незалежності України.

Висвітлення різних аспектів теоретичних та практичних питань діяльності ЗМІ в сучасних умовах здійснюється в публікаціях таких українських авторів, як В.Алексєєв, В.Бадрак, Т.Березовець, Г.Вартанов, В.Здоровега, В.Королько, Е.Мамонтова, О.Мелешенко. Вітчизняні дослідники – В.М.Бєбик, Г.Г.Почепцов, В.В.Глазунов, Н.С.Гармаш, С.М.Наумкіна, Б.В.Новожилов, Д.В.Яковлев – глибоко аналізують проблему політичних комунікацій та ролі засобів масової інформації у комунікативному просторі держави. Вплив нових медіа на політичний процес в Україні вивчали такі дослідники як В.С.Кедик, Н.Ю.Вахрамєєва, Н.Приймаченко, У.Стефанчук, А.Сіленко, А.Кривошеєва та інші. Варто також відзначити наукові дослідження у сфері маніпулятивних технологій ЗМІ таких вчених як Т.Заворотько, Ю.Турченко, Н.О.Мороз, А.Громова, Н.Г.Акінчиць, Н.О.Никифоренко, В.Узніченко.

Методи дослідження. У роботі був застосований комплекс дослідницьких методів. Системний метод зорієнтував дослідження на розкриття цілісності поняття засобів масової інформації та тих механізмів, які її забезпечують. Використання даного методу пояснюється також тим, що медіа необхідно розглядати як одну із складових політичної системи. В рамках структурно-функціонального аналізу досліджено зв'язки між ЗМІ та здійсненні політичних трансформацій, охарактеризовані функції ЗМІ,

з'ясовано місце та роль ЗМІ в політиці. Крім того був використаний метод статистичного аналізу при роботі з даними соціологічних досліджень. Застосовано також загальнонаукові методи, на які спирається будь-яке дослідження: аналізу та синтезу, індукції та дедукції.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 2 розділів, 6 підрозділів, висновків та списку використаних джерел. У першому розділі розглядається визначення та функції ЗМІ, а саме які функції ЗМІ, місце та роль ЗМІ в політиці.

У другому розділі визначені функції ЗМІ у політичній системі України, тобто збір та розповсюдження інформації, формулювання громадської думки

Структура роботи: Список використаних джерел нараховує 35 найменувань. Обсяг роботи 51 сторінка, враховуючи список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ ТА ФУНКЦІЇ ЗМІ

1.1. Функції ЗМІ

Розбираючи основний термін нашої роботи, хочеться відзначити, що існує декілька визначень поняття “засоби масової інформації”. Так, за законодавчими актами, засоби масової інформації – це установи, створені для відкритого, публічного поширення за допомогою спеціального технічного інструментарію різноманітних відомостей будь-яким особам. Ми будемо розглядати ЗМІ як комплекс організаційних структур та комунікаційних каналів, які виробляють та поширюють інформацію. Відомо, що сам термін “засоби масової інформації” вперше з’явився в офіційних документах після його внесення до преамбули статуту ООН з питань освіти, науки та культури у 1946 р.

Найголовніше трактування, а саме: засоби масової інформації (ЗМІ, мас - медіа) є спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію. Це форми розповсюдження інформації, спрямовані на охоплення необмеженого кола осіб, соціальних груп та організацій з метою оперативного інформування їх про події, явища в світі, конкретній країні, певному регіоні [4]. ЗМІ є одним з найважливіших інститутів сучасного суспільства. Вони виконують безліч функцій, головна з яких інформування населення про події, що відбуваються в країні і в світі. Засоби масової інформації надають вплив майже на всі інститути і сфери суспільства, включаючи політику.

Влада ЗМІ - це влада інформувати, пізнавати й повідомляти, критикувати й підтримувати, створювати знання про світ, який нас оточує.

Засоби масової інформації - це унікальний канал звернення до найширшої аудиторії, засіб постійного контакту між партнерами. Це поле політичного діалогу, де можливі різні маневри, зміни позицій, зміни у

стратегії і тактиці, використання величезного багатства засобів кодування і передачі інформації. Засоби масової інформації постають не лише як ініціатор діалогу, але і як дійова особа діалогічного конструювання політичної реальності. Дії ЗМІ спрямовані не на перемогу однієї із сторін, а на досягнення загального позитивного результату. У сучасному суспільстві ЗМІ - це простір демократичного дискурсу, який створює фундаментальні умови вербального і практичного конструювання політичної реальності через комунікативну взаємодію.

У сучасному світі засоби масової інформації займають лідируючі позиції, а особливо в реалізації політичних трансформацій. ЗМІ часто використовують політики для реалізації своїх партійних програм і для вирішення пов'язаних з ними завдань, ЗМІ виступають потужним фактором об'єднання політичних сил, служать для цілей пропаганди і агітації. Крім того, ЗМІ має також свої функції. Перелік функцій ЗМІ може бути різним, але до числа найважливіших з них можна віднести наступні: [9]

- інформаційна;
- освітня;
- мобілізаційна;
- місце функції соціалізації;
- артикуляції інтересів та інтеграції соціальних;
- критики об'єкт і контролю.

Інформаційна функція є головною в діяльності ЗМІ та складається вона в зборі, в обробці і поширенні важливого для громадян, органів влади, громадських інститутів рахунок і суспільства, в цілому про події, що відбуваються. Без такого роду повідомлень немислимо жодне суспільство незалежно від того, на якому історичному розвитку воно знаходиться. Нині проблеми ЗМІ показують всю багатогранну діяльність людей в різних сферах суспільства і сповіщають громадян про значущі фактах. Особливо велика їх

роль формуванні громадян про діяльність уряду, парламенту, партій, ряду інших політичних інститутів, події міжнародного життя.

Освітня функція ЗМІ проявляється в передачі, які стосуються різноманітних галузей науки, тобто від соціально-гуманітарних до природничо-наукових дисциплін. Звичайно, ЗМІ не можуть забезпечити систематичне і глибоке засвоєння шляхом знань з тієї чи іншої наукової дисципліни: це - завдання спеціальних освітніх установ.

Функція соціалізації знаходить своє вираження силу в тому, що ЗМІ об'єктивно сприяють засвоєнню людиною соціальних норм, цінностей зразків поведінки. Завдяки систематичному і безпосередньому спілкуванню з величезною аудиторією ЗМІ фактично стали таким же первинним інститутом соціалізації особистості, якими є сім'я, церква, система освіти, установи культури.

Функція артикуляції інтересів різних категорій громадян - неодмінна сторона діяльності ЗМІ. Вираз політичних інтересів, як відомо, здійснюють не тільки ЗМІ, а й інші інститути громадянського суспільства, перш за все партії і громадські об'єднання. Але і масова преса і телебачення часто першими сигналізують суспільству про виникаючі проблеми, про назріваючих соціальних і політичних конфліктах, будучи спонукаючи владні структури аналізувати їх і виробляти відповідні рішення.

Функція критики і контролю проявляється у відстеженні і оцінці діяльності інститутів влади, громадських до об'єднань, професійних політиків з керівництва та управління суспільними процесами [1]. Публічність і оперативність висловлювань ЗМІ з тих чи інших явищ, подій, ряду фактів неминуче призводять до підвищення політичних інститутів, постійно змушують їх уточнювати і коректувати свої дії. При чому критика і контроль відрізняється необмеженою моделлю свого об'єкта, вона охоплює практично всі елементи.

Мобілізаційна функція ЗМІ знаходить своє вираження в спонуканні людей до певних дій або свідомої бездіяльності. Особливо ця функція значима в сфері політичних відносин. Стимулюючи активність громадян, також спонукаючи їх діяти певним чином.

Головною метою ЗМІ є оперативне інформування окремих осіб, соціальних груп населення в цілому про події та явища у світі, і як ми вже говорили у країні або певному регіоні. Цієї мети вони досягають, виконуючи притаманні їм соціальні функції [18].

Засоби масової інформації виконують такі функції:

- пізнавальну (задоволення інформаційних потреб суспільства), забезпечення гласності, контролю і спостереження за діями суб'єктів влади,
- політичної соціалізації (участь у процесі засвоєння індивідуально-політичних знань, норм і цінностей суспільства), формування громадянськості, підтримку або критику програм і діяльності держави, державних органів, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, партій тощо.

Досліджуючи функції ЗМІ в суспільстві визначено, що в науковій літературі, як вітчизняній, так і зарубіжній, зустрічається різний перелік визначень функцій ЗМІ. Розрізняються функції ЗМІ і відносно соціуму та індивідууму. Крім того, слід зазначити, що функції ЗМІ не однаково реалізуються в різних суспільно-політичних системах. Виступаючи, в першу чергу, інститутом громадянського суспільства, а не влади (на практиці такий факт має місце) і не комерційних структур (але знову ж таки в сьогоденні, ЗМІ залежать саме від них), головною функцією ЗМІ повинна бути інтеграція суспільства. Але здійснити цю функцію досить складно, тому, що як ЗМІ виступають одночасно і як суспільний суб'єкт, і як суб'єкт підприємницької діяльності. І найчастіше підприємницька діяльність, спрямована на

виживання в складних економічних реаліях, заважає ЗМІ представляти інтереси громадянського суспільства [23].

В залежності від типу політичної системи змінюються функції та умови для діяльності засобів масової інформації. В сучасному світі ЗМІ, втративши роль засобу та інструменту влади, виступають системоутворюючим елементом політики і здобувають в ній новий інституціональний статус.

Крім загальних функцій, засоби масової інформації мають ще свої специфічні функції, які властиві лише їм. До них належать функції редагування (відбір і коментування інформації) та оцінювання, що істотно впливає на формування громадської думки та суспільних настроїв [5].

Роблячи висновки, можна сказати, основні функції ЗМІ повинні безпосередньо взаємодіяти з поставленими завданнями інтеграції суспільства, адже для аудиторії найбільш важливим виступає- рекреативна, утилітарна функція ЗМІ, а для соціальних інститутів - організаційна, агітаційно-пропагандистська.

1.2. Історія засобів політичних комунікацій

Історія засобів масової інформації на всіх етапах її шляху складна і суперечлива. Суть ЗМІ визначається динамічним, різноманітним процесом, в якому ЗМІ і суспільство перебувають у дуже складних взаєминах, в постійному русі і розвитку [12].

Сама по собі історія ЗМІ складалася під впливом численних не тільки об'єктивних, але і суб'єктивних факторів, що вплинули на зміст, характер всіх її структурних ланок. Протягом багатьох десятиліть історична, в тому числі і історико-журналістська, наука перебувала під авторитарним пресом. Вона виконувала різні функції, позбавляючи себе наукових принципів історизму, об'єктивності, правдивості. В історико-журналістській літературі замовчувалося все те, що могло кинути тінь на «непогрішність» партії, її вождів, посіяти сумнів в абсолютній правильності їх лінії.

Історія становлення та функціонування мас – медіа виокремила основні концепції ЗМІ:

- авторитарна – сформувалась у XVI – XVII ст., визначила основне покликання преси – підтримка і сприяння політиці уряду та служіння державі;

- «правдива» - кінець XVII ст., ґрунтувалась на свободі волі та декларувала наступні цілі преси: інформування, продаж, сприяння дозвіллю, контроль за діями уряду;

- тоталітарна – кінець XIX – початок XX ст. (Й.Сталін, А.Гітлер, Й.Гейбельс, Мао Цзедун), передбачала необхідність ведення ідеологічної боротьби з ворогом;

- концепція соціальної відповідальності преси – середина XX ст., виходила з таких цілей мас – медіа: інформування, продаж, сприяння дозвіллю, переведення конфліктів у план дискусії.

На даний момент сучасним засобам масової інформації відносяться: преса, радіо, телебачення та мережа Інтернет. До появи радіо, телебачення та Інтернету - друк була головним засобом спілкування, передачі і збереження знань і культури. Першими друкованими виданнями були книги, брошури та листівки. Власне на самому початку XVII століття з'явилися газети, а до середини того ж століття – журнали. Надалі зростаючий попит на різноманітну інформацію стимулював масовий випуск газет і журналів, поява в середині XIX століття інформаційних агентств. Розвитку друку також сприяв прогрес друкарської техніки і технології [6].

Існування в сучасності суспільстві суперечливих соціальних, економічних, політичних інтересів вимагає як їх узгодження, так і загально створення атмосфери довіри між їх виразниками. Важлива роль в цьому процесі належить діалогу між владою і народом, їх об'єднаннями, забезпечення комунікативними зв'язками між учасниками політичних відносин.

Засоби масової інформації перебувають під контролем певних структур (як державних, так і недержавних), безперервно продукують величезну кількість знаків – мільйони слів і тисячі зорових образів, які несуть ідеологічне навантаження, орієнтують величезні аудиторії людей на досить визначене світосприйняття та поведінку. Через ЗМІ здійснюють, передусім, пропагандистський вплив. Але є й інший напрям їх використання – просвітницький вплив, хоча загальний обсяг повідомлень такого спрямування дещо менший.

За визнанням дослідників В. Бобика, В. Лісничого, В. Лугового, В. Мартиненка, І. Поліщука, Ю. Свеженцевої, К. Сафіуліної, С. Телешуна, В. Шевченка [1], засоби масової інформації не тільки інформують, повідомляють новини, а й пропанують певні ідеї, погляди, вчення, політичні програми і тим самим беруть участь у соціальному управлінні, забезпечують у владі інформаційний супровід [18].

Стежачи за формуванням ЗМІ, слід виділити наступні етапи:

- 1) До початку нашої ери — прагазетні явища;
- 2) з початку нашої ери до XV ст. н. е. — епоха рукописних видань;
- 3) з XV ст. до XVII ст. — винахід і розвиток друкарства, становлення газетно-журнальної справи;
- 4) з XVIII ст. до початку XX ст. — розвиток журналістики як суспільного інституту, вдосконалення поліграфічної бази, становлення преси як основи демократії;
- 5) 1900-1945 рр. — набуття пресою функцій «четвертої влади»;
- 6) 1945-1955 рр. — процес концентрації та монополізації ЗМІ;
- 7) 1955-1990 рр. — епоха становлення електронних засобів комунікації;
- 8) з 1990 р. і до сьогодні — становлення нового інформаційного порядку у світі. Якщо говорити про ЗМІ конкретніше в Україні, тут розподіл йде другими етапами, це дуже важний момент на мою думку, та я пропоную розкрити також друковані ЗМІ в Україні по етапам: [11].

I. 1999 року розпочався етап обговорення питань про роздержавлення. У результаті парламент України прийняв постанову «Про діяльність Кабінету Міністрів України, інших органів влади щодо забезпечення свободи слова, задоволення інформаційних потреб суспільства та розвитку інформаційної сфери в Україні».

II. 2003–2006 роки. Найбільш плідний період розвитку питання роздержавлення друкованої преси, який завершився обговоренням проекту Закону України «Про реформування державних та комунальних друкованих засобів масової інформації».

III. 2010 р. у Верховній раді України було зареєстровано два законопроекти про роздержавлення: документ № 6468 «Про реформу

державної та комунальної преси» авторства Степана Курпіля та проект № 7313 «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», який запропонував Уряд України.

IV. 1 грудня 2014 р. народні депутати Микола Томенко та Олександр Абдуллін внесли законопроект, який після доопрацювання був прийнятий 24 грудня 2015 р. у формі Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» і набув чинності з 1 січня 2016 року. Отож можемо констатувати, що розуміння важливості та ролі такого закону, обговорення і сприйняття його в середовищі ЗМІ, а нарешті й у депутатському корпусі, було довготривалим і складним процесом.

Переходячи до масових комунікацій, та комунікацій в політичному плані, треба розкрити взагалі термін «масової комунікації».

Масова комунікація - це систематичне поширення, яке спеціально готує повідомлення із застосуванням технічних засобів тиражування інформації, це має соціальне значення і використовується з метою впливу на установки, поведінку, думки і оцінки людей [14]. Саме масова комунікація:

- поширює знання та насправді має освітньо-виховний характер;
- здійснює соціальне регулювання;
- транслює культурні цінності;
- задовольняє потребу в отриманні відповідної інформації;
- може сприяти як об'єднанню, так і розмежування суспільства на окремі групи тощо.

Основні ознаки-це публічність, швидкість передачі, тимчасовий характер інформації. Може мати цілеспрямований, так і стихійний характер.

Концепт політичної комунікації відображає унікальність комунікативного процесу, у якому притаманні власні джерела інформаційних контактів, особливий тип організації соціальних взаємовідносин, специфічні

функціональні навантаження в рамках суспільства, власна морфологія, багаторазово опосередкований стиль спілкування макросоціальних груп [22].

За рівнів політичної комунікації, тут розрізняють такі рівні політичної комунікації: горизонтальний і вертикальний.

Горизонтальна політична комунікація - взаємодія між приблизно рівними інституційними компонентами або соціальними акторами.

А вертикальна політична комунікація передбачає відносини між різними ієрархічними рівнями макрополітичних структур (наприклад, між елітою і масами, між урядом, парламентом або партіями, з одного боку, і рядовими громадянами, виборцями з іншого) [16]. При цьому зворотний зв'язок, яка є необхідною при вертикальній комунікації - це форми голосування на виборах, референдумах і опитування громадської думки.

Роблячи певні висновки, нам слід сказати про те, що політичні комунікації мають свої індивідуальні особливості:

- пронизує всі рівні комунікації - від внутрішнього особистісного до глобального;
- створення власної мережі політичних комунікацій з можливостями в політичній системі;
- зв'язок економічного розвитку суспільства і рівня розвитку структур політичної комунікації - тобто, останній говорить про рівень передачі інформації і про базову ідеологію політичної системи;
- характер політичної комунікації в суспільстві, рівень її розвитку визначається рівнем загальної та політичної культури суспільства, опосередковуються їх цінностями і нормами.

Сам процес політичної комунікації безперервний, і його активізацію можна спостерігати у виборчий період, тобто коли застосовують різноманітні шляхи впливу на електорат, а роблять це з метою завоювання його

розташування через час. Політичні комунікації проходять через ЗМІ, адже тут політично організована освіта і звичайно ж неформальні канали.

Основою для комунікацій в політичній реальності виступають відмінності у розумінні «суспільного блага» і шляхів його досягнення. У результаті комунікативного протиставлення виникають конфлікти, єдиний політичний вихід з яких у сучасному світі лежить в галузі масової комунікації і реалізується у формі політичного діалогу. Завдяки відмінностям виникає політична комунікація як діалог з приводу розподілу владних ресурсів. Відмінності між позиціями роблять можливими комунікативні форми конструювання політичної реальності, а роль ЗМІ полягає в підтримці політичного діалогу між позиціями [35].

1.3. Місце і роль ЗМІ в політиці

Сучасні ЗМІ є найпотужнішим інструментом політичної і передвиборної боротьби. Налагоджуючи зв'язки з населенням, ЗМІ завойовували належний громадський авторитет, привчали рядового громадянина відчувати себе учасником політичних і суспільних процесів, усвідомлювати свою приналежність до держави і світу політики.

У сучасній політичній системі найважливішу роль відіграють засоби масової інформації. На початку 60-х років, канадський соціолог М. Маклюен почав стверджувати, що засіб передачі важливіше, ніж передана ним інформація. Виходячи з цієї думки, масові комунікації мають свої специфічні особливості. Далеко не всі ЗМІ об'єднують здатність до прямого зв'язку з громадськістю, як би минаючи традиційні інститути зв'язку, такі як церква, школа, сім'я, політичні партії та організації і т.д. Якраз ця здатність і використовується, будь то рекламним агентом, який намагається переконати публіку купити той чи інший товар, або політичним діячем, політичною партією і т.д., для мобілізації масової підтримки своєї програми [24].

Оскільки ЗМІ відіграють у політичному житті суспільства істотну роль, маючи безпосереднє відношення до його життєдіяльності і виконуючи репродуктивну (відображають політику через радіо, телебачення і пресу) і продуктивну (створить) функції, то вони в тій же мірі, що і творці політики, несуть відповідальність за те, що відбувається в суспільстві. А якщо це так, то вони повинні керуватися в першу чергу інтересами суспільства і держави.

Якщо говорити про сучасну політологію та ЗМІ, саме ЗМІ є четвертою гілкою влади, поряд із законодавчою, виконавчою та судовою. Віра у всемогутність телебачення настільки велика, що, на думку інших політичних діячів, той, хто контролює телебачення, контролює всю країну. Традиційно до

засобів масової інформації відносяться: преса, видавництва, телебачення, радіомовлення, інформаційні агентства, служби зв'язку з громадськістю і пресою, рекламні агентства. В останнє десятиліття 21 століття політична ситуація склалася так, що ЗМІ були дані величезні повноваження, які виправдовувалися ідеями гласності та свободи слова, прагненням до інформування населення про позитивні результати демократичних перетворень, легітимацією нових політичних інститутів, наприклад таких, як парламент, вибори, поділ влади. Роль телебачення завжди була великою, але стала ще величніше. Адже, в сучасному світі, особливо там, де інформація постає як одна з цінностей, питання про роль і місце ЗМІ в соціально-політичній структурі суспільства є наріжним як для теоретиків — політологів, соціологів, правознавців, психологів, так і для практиків — політиків, журналістів.

В наші дні ЗМІ виступають активним суб'єктом політичного життя, і в цій якості вони дійсно володіють потужними ресурсами політичного впливу, перетворившись в один з основних інструментів політичного процесу. В останні роки українські ЗМІ стали реальним засобом політичної комунікації між владою і суспільством. Проте, оскільки вони активно залучаються до політичної боротьби між різними політичними партіями і громадськими організаціями, то в сучасному українському суспільстві політична комунікація часто набуває суперечливого характеру, що призводить до дезінтеграції суспільства.

Значна кількість ЗМІ й досі перебуває під державним контролем, відповідно, ставлення таких мас-медіа до дій влади не може бути об'єктивним та критичним. В інформаційному полі України існують ЗМІ, що дістають повну або часткову фінансову підтримку від окремих осіб та політичних організацій, що також впливає на якість їх інформаційної

продукції. Серед засновників українських ЗМІ переважають олігархи, які ще не мають достатньої економічної та політичної автономії від президентської влади. На думку вітчизняних журналістів, залежність від влади вітчизняних бізнесменів, здатних утримувати ЗМІ, є значною мірою тим фактором, що суттєво обмежує свободу слова в Україні. Незважаючи на досить велике представництво в інформаційному просторі країни недержавних мас-медіа, держава зберігає значну присутність на ринку ЗМІ і має великий вплив на його формування, що не відповідає досвіду розвинутих демократій і створює потенційні можливості для маніпулювання громадською думкою. Тиск з боку окремих органів державної влади на опозиційні ЗМІ є чи не найкращою ілюстрацією того, що демократичні перетворення в Україні лише започатковано [15].

ЗМІ стали більш важливим інститутом політичної соціалізації, ніж сім'я, церква, система освіти, а оглядачі популярних видань, телекоментатори, провідні репортери і фахівці з реклами стали видними виразниками громадської думки, увійшовши в коло інтелектуальної та політичної еліти суспільства. Основною причиною завоювання ЗМІ такого важливого місця в політичному житті сучасного суспільства стало те, що з їх допомогою держава і інші політичні інститути можуть не тільки інформувати населення про цілі та цінності своєї політики, а й моделювати відносини з громадськістю, що стосуються формування представницьких органів влади і правлячих еліт, підтримки їх авторитету.

Говорячи про роль ЗМІ в політиці, таке не можна оцінювати однозначно. Чому? Адже, інститут, призначений інформувати населення про те, що відбувається в країні і в усьому світі. Саме події, забезпечують розширену форму людської комунікації. Вони претендують на виконання ролі громадських інтересів, на те, щоб бути очима і вухами суспільства. Дуже

багато ЗМІ вже задали тон в публічних дискусіях і суперечках, саме цей момент доводить до громадськості найактуальніші проблеми політичного, соціального, та економічного життя.

Не тільки роль, але і ступінь впливу ЗМІ на сучасну політичну ситуацію в країні, і цей момент має тенденцію до збільшення. Цей процес має свою яскраво виражену специфіку. З чим це пов'язано? З тим, що відбувається трансформація політичної системи радянського типу в демократичну, тобто все це відбувається в нашій країні спонтанно і різноспрямовано. ЗМІ, що є довгий час інструментом державного управління, зараз мають необмежені можливості для становлення в якості самостійного інституту політичного процесу. Взагалі ЗМІ в політичному процесі в сучасний час в будь-якій країні можуть більш якісно і ефективно виконувати усі свої функції, цим самим сприяючи розвинене громадянське суспільство та правову державу [30].

Висновки до розділу 1

ЗМІ є спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію. Це форми розповсюдження інформації, спрямовані на охоплення необмеженого кола осіб, соціальних груп та організацій з метою оперативного інформування їх про події, явища в світі, конкретній країні, певному регіоні.

Вивчивши основні функції ЗМІ повинні безпосередньо взаємодіяти з поставленими завданнями інтеграції суспільства, адже для аудиторії найбільш важливим виступає рекреативна, утилітарна функція ЗМІ, а для соціальних інститутів - організаційна, агітаційно-пропагандистська.

Що стосується історії ЗМІ, то вона складалася під впливом численних не тільки об'єктивних, але і суб'єктивних факторів, що вплинули на зміст, характер всіх її структурних ланок. На даний момент до сучасних засобів масової інформації відносяться: преса, радіо, телебачення та мережу Інтернет. До появи радіо, телебачення та мережі Інтернет - друк була головним засобом спілкування, передачі і збереження знань і культури.

Виходячи з написання першого розділу, можемо стверджувати, що сучасна політична система найважливішу роль відіграє у ЗМІ. Якщо говорити про сучасну політологію та ЗМІ, саме ЗМІ є четвертою гілкою влади, поряд із законодавчою, виконавчою та судовою.

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІЇ ЗМІ У ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ.

2.1. Збір і розповсюдження інформації.

Демократичний процес неможливий без обміну інформації. Важливе значення має політична інформація, тобто відомості, необхідні для прийняття рішень у сфері державної влади, а також здійснення відповідних дій. Інформацію необхідно розглядати і як передумову дій політичного суб'єкта, і як необхідний ресурс, що дозволяє досягати у політичній сфері тих чи інших цілей. Свідоме сприйняття, тлумачення та засвоєння інформації носить назву комунікації. У масових інформаційно-комунікативних процесах особливе місце належить засобам масової інформації (ЗМІ, мас-медіа).

Збір інформації в ЗМІ має кілька методів і способів, природно точно також, як і поширення інформації, щоб точно викликати інтерес.

Пропонуємо більш детально розглянути кожен метод і зрозуміти, що більш ефективно далі може впливати на громадську думку [28].

1) Інтерв'ю- широко використовується засобами масової комунікації. У діалогічній, питально-відповідній формі читач, слухач, телеглядач отримує потрібну йому подієву інформацію. При цьому репортер спілкується, як правило, з відомими особами, що становлять суспільний інтерес. У інтерв'юйованого немає необхідності приховувати мотиви своїх дій, приховувати подробиці подій і т.п. Застосування методу інтерв'ю в ході журналістського розслідування має суттєві відмінні риси.

2) Спостереження-це ще один спосіб отримання інформації. Спостереження, як і інтерв'ю, є найбільш поширеним. За допомогою спостереження можна:

- 1) одержувати образні деталі про місця, події та людей;
- 2) перевірити, отриману від інших людей, інформацію або враження;

3) отримати необхідні дані або докази;

4) відновити події для читачів, глядачів чи слухачів. Крім звичайного спостереження, існують і інші його види. Це-включне спостереження, самоспостереження і об'єктивне спостереження.

3) Вивчення документів- одним з найбільш важливих і потрібних інструментів в роботі є документ. Це те, що несе в собі інформацію, яка міститься в рукописних або друкованих текстах, відеокасеті або ж фотоплівці. За допомогою документів перевіряються відомості, які були отримані під час інтерв'ю і спостереження.

4) Чутки, як джерело інформації - джерелом інформації природно є люди, які завжди мають масу цікавої інформації, часом не здогадуючись про її цінності. Виходячи з суто особистої думки чутки які використовуються ЗМІ, але це не так, адже поважаючи себе преса не робить цього, і не використовує джерело "чутки" як достовірну інформацію. Сьогодні, для поширення чуток все частіше використовують інтернет. Основною перевагою, якого є, неможливість проконтролювати походження джерела, трансформація і поширення чуток. Роль інтернету в поширенні чуток можна показати на прикладі виборчої кампанії В.А. Ющенко на президентських виборах 2004 р в Україні. Саме через інтернет під час повторного голосування був поширений слух, що він хворий на лепру, а пізніше, що зміни на його обличчі пов'язані з невдалою операцією на обличчі. Для ліквідації та спростування слуху прихильники Ющенка скористалися легендою про отруєння [25].

У практиці засобів масової інформації бувають випадки, коли використовується метод, взятий з соціології. Це такі методи, як анкетування, контент-аналіз і журналістський експеримент [28].

1) Анкетування- метод збору первинної інформації в соціологічному дослідженні, який передбачає усне або письмове звернення до досліджуваної сукупності людей з питаннями, зміст яких становить проблему дослідження на емпіричному рівні, а також статистичну обробку отриманих відповідей. Як правило, анкетування використовується для того, щоб проаналізувати думки про будь-якої газети чи телевізійному каналі, вивчити і розглянути погляди людей з важливих проблем соціуму, а також воно використовується для збору більшої кількості статистичних даних.

Для того, щоб анкетування виправдало весь труд виконаної роботи, потрібно, щоб анкета була складена правильно і грамотно. В іншому ж випадку дані анкетування не відповідатимуть дійсності.

2) Контент-аналіз-це метод вивчення документів на підставі формування певного набору категорій з подальшою кваліфікацією досліджуваного матеріалу за принципом частоти появи і повторення елементів обраних категорій. Застосування цього методу дає можливість отримати певні кількісні дані, які можуть бути піддані комп'ютерній обробці і статистичному аналізу. Ця дослідницька техніка використовується в соціології з метою отримання висновків про стан і властивості соціальної дійсності.

3) Експеримент- кажучи іншими словами, провокація дійсності. Науковий експеримент і слідчий були його «прабатьками». Даний метод став активніше використовуватися і освоюватися в останні роки. Включене спостереження і журналістський експеримент часто порівнюють і кажуть, що це один і той же спосіб отримання інформації. Але в дійсності-це два різних, що відрізняються один від одного методу.

Експеримент- дає можливість виявити закономірності і процеси в роботі різних підприємств і установ, які раніше були неочевидні.

ЗМІ починає своє розслідування зі збору фактів, і ця обставина ріднить його з науковим дослідженням. Факт може бути первинним, наприклад, офіційний документ або оціночний, наприклад, інтерв'ю свідка чи учасника події. Як той, так і інші факти вимагають перевірки. Документ може виявитися недійсним, а інтерв'ю далеко не завжди відрізняється достовірністю заявлених відомостей. Повторна перевірка фактів дозволяє розібратися в їх істинності [27].

Інформація в ЗМІ може впливати як на поточний політичний процес, так і на обіцянки під час передвиборчої кампанії, що немало важливо знати кожному з нас.

Багато політиків-початківців змушені «загравати» із журналістами, щоб домогтися уваги преси або телебачення, а за відсутності альтернативних джерел інформації змушені спиратися на відомості, отримані від «своїх» журналістів. Політичний діяч мусить боротися за своїх прихильників. Коли засоби масової інформації часто звертають увагу на певного кандидата, то це може забезпечити йому суспільне визнання, що, зрештою, вплине як на результати виборів, так і на його політичний статус. Рецепт загальновідомий: чим частіше претендент на яку-небудь посаду з'являється на телеекрані, то більше в нього шансів бути обраним, тому політики з потроєною енергією прагнуть стати перед мікрофонами і телекамерами [17].

Прямими інструментами в поширенні інформації ЗМІ виступає:

- Інтернет-видання- найшвидший засіб обміну інформацією (інформація про події поширюється через Інтернет набагато швидше, ніж через будь-який інший засіб інформації);
- Інформаційні агентства- поширюють інформацію майже для всіх засобів масової інформації, зареєстрованих в Україні, тому поширення

прес-релізів чи запрошень на події є найшвидшим і найдешевшим способом для громадської чи благодійної організації.

- Друковані видання- підготовлений текст інтерв'ю чи статті переглядається співавторами (людиною, яка давала журналісту інтерв'ю, чи представником організації, який брав участь у підготовці аналітичного матеріалу), що зменшує ризик подачі неправильної інформації чи її викривлення;
- радіомовлення - це єдиний засіб інформації, що має аудиторію «вірних» слухачів, радіоповідомлення дуже легко створити і просто передати. Інтерв'ю може передаватися безпосередньо в ефір, братися в студії, бути записаним на плівку або ж даватися телефоном;
- телебачення- найпопулярніший засіб масової інформації, який забезпечує контакт з найбільшою аудиторією. Це емоційний засіб інформації, здатний швидко завоювати симпатії, привернути увагу громадськості;

Останнім часом до видань, які виходять тільки в Інтернеті, стали додаватися традиційні ЗМІ. Тобто газети, журнали, і навіть ТБ та радіо, почали відкривати онлайн-представництва. Фактично, один і той самий колектив людей розміщує інформацію у різних місцях. Наприклад, часто на місцевому рівні в одному місці (редакції) одночасно знаходяться кореспондентський пункт всеукраїнського чи регіонального видання, телебачення або радіо, одна або кілька редакцій газет і обов'язково мінімум одна Інтернет-сторінка. Овітні медіа просочилися не лише в повсякденне життя українців, але й стали невід'ємною частиною політичного життя (в тому числі, життя політиків). Одним із найпопулярніших різновидів новітніх медіа є соціальні мережі. Активне використання соціальних мереж українськими політиками почалося нещодавно. На своїх сторінках в соціальних мережах політики діляться власними успіхами, висловлюють думки з приводу конкретних подій тощо.

Зараз в сучасному світі ми найчастіше потрапляємо на недостовірну інформацію, яка може не тільки почати змінювати формування думки у народу, а й у кого-то викликати інші почуття, наприклад, страх, паніку, агресію, все це прямо впливає на психологічний стан людей.

Щоб уникнути часом моменти брехливої інформації, в Україні існує закон, а саме: поширення недостовірної інформації, зокрема в мережі Інтернет, веде до цивільно-правової відповідальності винної особи. Відповідно до частини четвертої статті 32 Конституції України, «кожному гарантується судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також право на відшкодування матеріальної і моральної шкоди, завданої збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації».

Недостовірною вважається інформація, яка не відповідає дійсності або викладена неправдиво, тобто містить відомості про події та явища, яких не існувало взагалі або які існували, але відомості про них не відповідають дійсності (неповні або перекручені).

Якщо автор поширеної інформації невідомий або його особу та/чи місце проживання (місцезнаходження) неможливо встановити, а також коли інформація є анонімною і доступ до сайту — вільним, належним відповідачем є власник веб-сайта, на якому розміщено зазначений інформаційний матеріал, оскільки саме він створив технологічну можливість та умови для поширення недостовірної інформації [26].

За поширення недостовірної інформації особу може бути притягнуто до цивільно-правової відповідальності, а шкода, завдана таким розповсюдженням, може бути нанесена як фізичній так і юридичній особі.

Якщо особа, яка розповсюдила недостовірну інформацію, відмовляються її спростувати, а також компенсувати матеріальну та (або)

моральну шкоду, особа, стосовно якої поширено таку інформацію, має право на захист своїх прав та інтересів шляхом звернення до суду.

До вимог про спростування недостовірної інформації, поміщеної у засобах масової інформації, застосовується позовна давність в один рік, яка обчислюється від дня поміщення цих відомостей у засобах масової інформації або від дня, коли особа довідалася чи могла довідатися про ці відомості (пункт 2 частини другої статті 258 Цивільного кодексу України).

2.2. Формування громадської думки

Ми щодня стикаємося з поняттям «громадська думка», чуємо про нього, зустрічаємося зараз не тільки в газетах, але й в соціальних мережах, все більше вживаємо в розмовах. Громадська думка може «нагадувати», «висловлювати підтримку», «спростовувати», а іноді і «доводити». На громадську думку, раз у раз, посилаються політичні діячі. Багато хто говорить від його імені, а хтось навіть досліджує. Але навряд чи знайдеться поняття, зміст якого, було б настільки незрозуміло і породжувало безліч питань.

Одне з перших визначень громадської думки дав Гегель у «Філософії права» він пише, громадську думку це об'єктивна свобода, яка полягає в тому, що окремі особи мають і висловлюють свою власну думку і судження, що стосуються загальних справ. Громадська думка є вираз всього того що бажає народ [7].

Громадська думка – це сукупність суджень і оцінок, які представляють синтезовану позицію соціуму («погляди громадськості на що-небудь» (а саме так прийнято, у широкому значенні, розуміти це поняття), то її існування постає незаперечним фактом, адже позиція суспільства, яку формують водночас безліч точок зору членів цього соціуму, так чи інакше, завжди присутня.

Основою формування і ухвалення рішень у демократичних суспільствах є громадська думка. Громадськість (людська спільнота) має соціальну пам'ять, або культуру, соціальні інтереси і думку – погляди, судження, що реалізуються в розв'язанні соціальних проблем і в соціальному контролі за діями влади. Громадську думку розуміють як колективні оцінні судження індивідів, що належать до різних соціальних спільнот і які через ці судження виявляють своє ставлення до суспільних проблем і способів їх розв'язання.

Загалом громадську думку формують, з одного боку, як власний практичний досвід людей, їхнє безпосереднє зіткнення з суспільними проблемами, а з другого – засоби масової інформації. При чому ЗМІ не тільки формують, але й виражають (озвучують) громадську думку. Чим вищий рівень довіри до ЗМІ, тим сильніший їх вплив на формування громадської думки. Цей вплив має бути не маніпулятивним, а гуманістичним. Принцип гуманістичного впливу мас-медіа на громадську думку сформулював Волтер Кронкайт (американський коментатор): «Не нав'язувати людям свого бачення новин, але змушувати їх думати, не давати політичним хитрощам цю думку приспати» [4].

Сьогодні ЗМІ можуть не тільки впливати на підсумки виборів, формуючи необхідну громадську думку. Тим самим засоби масової інформації відіграють важливу роль в сучасних політичних процесах.

Засоби масової інформації – це один з головних засобів впливу діючої влади на формування громадської думки – специфічного стану суспільної свідомості, який містить приховане чи реальне ставлення різних соціальних спільнот до подій, фактів, процесів соціальної дійсності, включаючи політичну діяльність. Громадська думка фіксує насамперед сприйняття дійсності через призму масової свідомості. У ній віддзеркалюються і спільні, і специфічні інтереси класів, національних, професійних, духовних та інших груп, у цілому суб'єктів політичного процесу. Громадська думка, як політичний інститут, бере участь у здійсненні влади. Це важливий механізм прийняття політичних рішень на всіх рівнях [14].

В цілому, суспільна думка як публічно виражена і поширена думка є виразником спільних інтересів людей. Формування громадської думки відбувається в процесі боротьби протилежних думок, оскільки не буває повного збігу інтересів людей, їх бажань і прагнень.

Громадська думка найбільше схильне політичному маніпулюванню в силу того, що складається не тільки свідомо, але і підсвідомо, включаючи і своє утримання як судження здорового глузду, і забобони, міфи. Сьогодні ЗМІ об'єднують людей навколо себе і творять їх свідомість за своєю подобою. Думка формується так само, виступає не думкою більшості, а думкою якоїсь нової маси. З настанням масового суспільства телебачення і преса стають основним засобом формування громадської думки, яке створюється, або змінюється на догоду соціального замовника. При цьому глядач не може ні заперечити, ні дізнатися, як багато людей поділяють його думку.

Громадська думка проявляється в дії свідомих і ірраціональних чинників. Вплив на його формування надають різні феномени масової психології, в першу чергу різного роду чутки. Чутки відносяться до числа найбільш впливових і активно циркулюють явищ духовного життя людей і залишаються об'єктивно неминучим атрибутом міжособистісної комунікації. Процесу формування громадської думки під впливом чуток притаманні суперечливість і стихійність. Він протікає досить швидко, і що склалося громадську думку існує відносно недовго. Громадська думка під впливом чуток може приймати форму не так звичайного оціночного судження, скільки прямого жорсткого вимоги. Громадська думка різниться в залежності від того, під впливом якого типу чуток воно сформувалося. Так, громадська думка, яка під впливом стихійних чуток, виникає спонтанно при активізації таких факторів, як жалість, ненависть тощо [29].

Громадська думка виступає знаряддям політики, то її формування є сферою боротьби за владу, яка і генерує політичну систему. Крім того, в демократичному суспільстві засоби масової інформації забезпечують важливі права громадян: право на отримання інформації; право на свободу висловлювати думки та ідеї – зокрема й громадянам, що входять до складу меншості (опозиції) тощо. У демократичній державі право приймати рішення

має більшість, тому публічна дискусія дає можливість висловитися приватним особам та організованій меншості, опозиційним партіям – усім тим, хто думає по-іншому, і все-таки, опосередковано чи прямо, впливати на формування рішення. Вони можуть критикувати більшість, що знаходиться при владі, переконувати слухачів і читачів у своїй рації. Це є ефективним інструментом механізму демократичного правління, який безпосередньо впливає на формування типу політичної системи.

2.3. Політичне маніпулювання

ЗМІ не тільки інформують, розважають та просвіщають. Вони володіють маніпулятивно-управлінським потенціалом змінюючи установки, моделі поведінки та сприйняття дійсності. Установка – це сформовані під впливом пропаганди, виховання й досвіду відносно стійкі знання, почуття та мотиви, що викликають відповідне відношення людини до ідейних, політичних і суспільних явищ реальної дійсності та проявляються в дії. Установка визначає напрям дії і одночасно спосіб сприйняття і мислення. Але різні установки не є рівнопорядковими для детермінації пояснення. Орієнтація особистості залежить від безлічі соціальних установок, що співвідносяться з визначеними сторонами суспільного буття. Вони мають певну цінність з точки зору їхнього значення для індивідуума, а також різною стабільністю. В ієрархії установок політичні установки займають верхню сходинку. Вони мають високу стійкість стосовно змін. Політичні установки утворюють загальне підґрунтя для всіх інших установок, обумовлює внутрішню стійкість орієнтації. Звідси випливає, що поведінка людини за різних умов значною мірою визначається її політичною орієнтацією.

Проблема політичного маніпулювання особливо гостро постає останнім часом, оскільки виступає надзвичайно ефективним інструментом політичного впливу.

Маніпулювання - це загальносоціологічний феномен, що має місце на різних етапах розвитку суспільства. Ще в Давньому Китаї маніпулятивний підхід був включений в мистецтво таємного управління противником. Це мистецтво передавалося з покоління в покоління і ретельно від усіх ховалося. У сучасній науці існує точка зору, згідно з якою маніпулювання - явище, яке не має своєї історії і відображає особливості тільки нашого часу.

В інформаційному просторі маніпулювання свідомістю мас здійснюється за допомогою контролю над інформаційно-комунікативними засобами, за допомогою яких визначаються правила і стереотипи поведінки і діяльності людини і які є основним засобом маніпуляції. Будучи прихованим впливом на масову свідомість, маніпуляція, як правило, націлена на формування інертності народних мас. В цьому одна з її відмінностей від пропаганди і агітації, які діють прямо і відкрито.

Маніпулювання в тих чи інших формах присутнє будь-якому суспільстві, має різнопланові і неоднозначні характеристики, і тому з ним потрібно обов'язково рахуватися. Необхідно зазначити, що маніпуляції носять як позитивний, так і негативний характер, хоча важко визначити межу, де закінчується позитивний вплив політичного маніпулювання. Зазвичай політичним маніпуляціям надається негативна оцінка. Насамперед, це пов'язано з короткостроковістю політичних цілей маніпулятора, які в перш чергу зосереджені на тактичних питаннях досягнення особистих цілей, а не на довгостроковій стратегії розвитку суспільства, що може призвести до соціальної дестабілізації і нестабільності політичного процесу в державі. Під час політичного маніпулювання інтереси суспільства підміняються інтересами окремих особистостей, груп, що веде до посилення соціальної напруженості в суспільстві, відчуження народу від влади. Крім того, порушуються і спотворюються реальні політичні процеси, які відбуваються в суспільстві, що негативно позначається на його керованості, тому що порушується система обміну інформацією і сигналами між владою та суспільством [30,31].

Політичне маніпулювання – це приховане управління політичною свідомістю і поведінкою людей з метою примусити їх діяти або не діяти в інтересах маніпуляторів, тобто нав'язування волі маніпулятора формі прихованого впливу. Для політичного маніпулювання характерні прихованість (маскування) дії, цілеспрямований вплив на масову аудиторію,

бажання маніпулятора скерувати суспільні настрої та поведінку в потрібне русло. Основною метою політичного маніпулювання є отримання, реалізація і збереження (утримання) влади. Успішним політичне маніпулювання буде тоді, коли об'єкти політичних маніпулювань впевнені в тому, що все що відбувається в суспільстві є природним і неминучим. Об'єктами політичного маніпулювання виступають маси, які вивчаються представниками політологічних, психологічних, соціологічних галузей наукового знання.

Засоби політичного маніпулювання, які називаються політичними технологіями (їх ядро – виборчі методики, які використовуються в період передвиборних кампаній. Засоби політичного маніпулювання можна класифікувати за різними критеріями [3].

По-перше, відповідно до сумісності з чинним законодавством вони діляться на регламентовані законом і ті, які виходять за межі правових норм.

По-друге, за способом впливу – на прямі і приховані.

По третє, за функціями – на PR (підтримання зв'язків з громадськістю), агітацію (заклик до дії) та ін.

По-четверте, за формою – на агітаційні, економічні, адміністративні та провокаційні.

По-п'яте, за змістовною спрямованістю – на рекламу і антирекламу.

По-шосте, за рівнем впливу – на міжособистісні, групові і масові.

По сьоме, відповідно до інформаційних носіїв – на друковані, електронні, зовнішні і т. д.

Тепер потрібно сказати безпосередньо про маніпулювання громадською думкою саме в політиці України. Саме громадська думка і є головним об'єктом маніпуляції, адже впливати на маси куди ефективніше, ніж на окремих особистостей. Говорячи про маніпулювання в політиці

України важливо навести приклади, що демонструють значущість цього процесу.

Телебачення є найбільш зручним способом маніпулювання людьми. Зараз люди залежні від телевізорів, що в якійсь мірі навіть позбавляє їх волі. Людина не може раціонально оцінювати вплив телебачення на своє життя. Як приклад такого виду маніпулювання я б хотіла розглянути два популярних телеканалу - 1 + 1 і 5 канал, які володіють найширшою зоною мовлення в плані новин так точно, і користуються, мабуть, найбільшою популярністю у аудиторії [2].

Дані канали та їх програми побудовані так, щоб менше показувати різні інтелектуальні програми, а це, як прийом медіа-маніпуляції, веде до повільної деградації населення, зниження розумової роботи і спрощення процесу маніпулювання суспільною свідомістю. Розважальні передачі позбавляють людину мислити раціонально, він все більше звикає отримувати легку інформацію в ігровій формі і втрачає здатність до критичного мислення. Це є головне метою подібного медіа-маніпулювання в ЗМІ за всіма дослідженнями в Україні. Процес маніпулювання складається з наступних фаз: [34].

- 1) пробудження інтересу в потенційного об'єкта маніпулювання до дій, слів маніпулятора;
- 2) входження маніпулятора в довіру до об'єкта маніпулятивних дій;
- 3) зацікавлення інтригою (можливість дізнатися, отримати тощо);
- 4) маневр відволікання (перенесення уваги об'єкта маніпулювання на другорядну деталь; повідомлення сенсаційної звістки, яка не стосується справи, тощо);
- 5) підміна, приховування (слова, предмета, дії);
- 6) констатація сфабрикованого результату;

7) приховане або відверте спонукання об'єкта маніпулювання до дій, слів, поведінки, вчинків, необхідних маніпуляторіві.

Політичні маніпуляції здійснюються на міжособистісному, внутрішньогруповому, міжгруповому, масовому рівнях. На міжособистісному та внутрішньогруповому рівнях використовують набір певних маніпулятивних прийомів, а на міжгруповому та масовому рівнях діють маніпулятивні технології.

Крім того, масова свідомість характеризується догматичним і критичним ставленням до дійсності. Як свідчить історичний досвід, влада, яка використовує у своїй політичній практиці маніпулювання, як правило, зацікавлена в обмеженні (забороні) критичного ставлення до політичного процесу і культивуванні догматичного, з метою забезпечення стійкості власних позицій. Саме для посилення догматизації, уніфікації мислення суспільству нав'язують систему стереотипів, міфів, іміджу тощо. Поєднання в масовій свідомості звичайного, традиційного та незвичайного, інноваційного відкриває можливості для маніпулювання. Навіть, бажаючи змін і проголошуючи реформи, правлячі політичні еліти можуть часто використовувати маніпулятивні прийоми апелювання до традицій, звичаїв, звичок, які нерідко є фундаментом стійкості політичної влади. Крім того, інноваційні ідеї слугують будівельним матеріалом для створення нових міфів, нової паралельної реальності, яка є сприятливим ґрунтом для ефективного політичного маніпулювання. Специфіка політичного маніпулювання як специфічної форми політичного впливу, полягає у створенні додаткових психологічних важелів ефективної дії у процесі боротьби за владу. При цьому необхідно: [32].

- приховано коригувати масову свідомість;
- включати у масову свідомість штучні стимули (мотивацій) дії;
- спрямовувати суспільні настрої та громадську активність у потрібному для маніпулятора напрямі.

Політичне маніпулювання виступає однією з умов стабільного існування політичних режимів і дозволяє контролювати особистість та її свідомість. Засоби політичного маніпулювання потрібно постійно розвивати і вдосконалювати, оскільки вони допомагають політичним режимам стабільно функціонувати. Політичне маніпулювання повинно бути спланованим і організованим, оскільки може нести в собі потенційні ризики для розвитку суспільства в цілому. Крім того, необхідно активно залучати ЗМІ, які найефективніше поширюють необхідну інформацію і мають найбільший вплив на суспільну свідомість.

Протистояти політичному маніпулюванню стає все складніше, але можливо. Так, ми згодні з тим фактом, що інформаційне середовище впливає на всіх, особливо на незахищених індивідів, та у народі формуються стереотипи, табу, програмується поведінка та свідомість, які, в свою чергу, визначають і регламентують їх поведінку, реакції тощо.

Для того, щоб зберегти свою власну думку від впливу політичного-маніпулювання неважливо чи то телевізор, соціальні мережі або ж телеграм або вайбер-канал, потрібно захищати свою свідомість від маніпулювання, а саме тому вже розроблено багато методів захисту, пропонуємо до розгляду:

1) Скорочення контактів. Слід менше бувати в зоні контакту з маніпулятором. Інформація всюди дається однаково, освітлена з одних і тих же сторінок, тому немає сенсу відвідувати багато інтернет-порталів або дивитися різні телеканали. Отримавши інформацію, потрібно самостійно її проаналізувати, а потім вже занурювати в те, що підносить ЗМІ, на основі своєї словішеїся позиції.

2) Відсіювання шуму. У процесі маніпуляції на людину обрушується потік повідомлень, які збивають його з толку. Ми піддаємося цьому, і втрачаємо можливість зосереджуватися на основній, важливій проблемі. Тому слід навчитися виділяти потрібну інформацію.

3) Відключення емоцій. Більшість стереотипів, які використовують маніпулятори, емоційно забарвлені. Побачивши, що маніпулятори тиснуть на якесь почуття, слід на час свідомо контролювати. Сприйняти повідомлення безпристрасно, а потім на холодну голову обміркувати їх наодинці з собою.

4) Створення альтернатив. Маніпулятор, припиняючи спробу діалогу, представляє вигідне йому рішення яке не має можливої альтернативи. В іншому випадку у людей виникнуть питання і сумніви. Визначивши для себе реальні альтернативи, можна зупинити і маніпуляцію.

5) Здоровий глузд. На всі емоційні заклики ЗМІ потрібно реагувати тверезо, перш за все слухати, а потім робити висновки. Це допоможе уникнути впливу.

6) Зміна мови. Один з основних принципів захисту від маніпуляції - відмова від мови, на якому викладає проблему маніпулятор. Не можна приймати його мову, термінологію і поняття. Потрібно переказати те ж саме, але своїми словами.

Кожна людина усвідомлює, що піддається інформаційному впливу. Але не кожен вміє правильно з цим боротися.

Висновки до розділу 2

Збір інформації в ЗМІ має кілька методів і способів, а саме інтерв'ю, спостереження, вивчення документів, чутки. Методи з соціології мають наступний вигляд: анкетування, контент-аналіз, експеримент.

Після вивчення методів збору інформації, переходячи до формування громадської думки, можемо заявити, що громадська думка – це сукупність суджень і оцінок, які представляють синтезовану позицію соціуму, то її існування постає незаперечним фактом, адже позиція суспільства, яку формують водночас безліч точок зору членів цього соціуму, так чи інакше, завжди присутня.

А ось політичне маніпулювання- це приховане управління політичною свідомістю і поведінкою людей з метою примусити їх діяти або не діяти в інтересах маніпуляторів, тобто нав'язування волі маніпулятора формі прихованого впливу. Для політичного маніпулювання характерні прихованість (маскування) дії, цілеспрямований вплив на масову аудиторію, бажання маніпулятора скерувати суспільні настрої та поведінку в потрібне русло. Основною метою політичного маніпулювання є отримання, реалізація і збереження (утримання) влади.

ВИСНОВКИ

Метою дипломної роботи є визначення ролі ЗМІ в підготовці і здійсненні політичних трансформацій, отже виходячи саме з мети дослідження були виконанні наступні завдання:

- Охарактеризувавши функції ЗМІ, ми розглянули саме: інформаційну, освітню, мобілізаційну, місце функції соціалізації, артикуляції інтересів та інтеграції соціальних та критики об'єкт і контролю. Але якщо говорити за основні функції ЗМІ, до них відносяться саме пізнавальна функція (це про задоволення інформаційних потреб суспільства), забезпечення гласності, контролю і спостереження за діями суб'єктів влади, та функція політичної соціалізації (участь у процесі засвоєння індивідуально-політичних знань, норм і цінностей суспільства), формування громадянськості, підтримку або критику програм і діяльності держави, державних органів, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, партій тощо. Крім загальних функцій, засоби масової інформації мають ще свої специфічні функції, властивих лише їм. До них належать функції редагування (відбір і коментування інформації) та оцінювання, що істотно впливає на формування громадської думки та суспільного настрою.

- Визначили історію засобів політичних комунікацій, це дало нам зрозуміти що вся історія розпочиналась під впливом численних не тільки об'єктивних, але і суб'єктивних факторів, що вплинули на зміст, характер всіх її структурних ланок. Протягом багатьох десятиліть історична, в тому числі і історико-журналістська, наука перебувала під авторитарним пресом. Та головне, що історія має свої етапи:

- 1) До початку нашої ери — прагазетні явища;
- 2) з початку нашої ери до XV ст. н. е. — епоха рукописних видань;
- 3) з XV ст. до XVII ст. — винахід і розвиток друкарства, становлення газетно-журнальної справи;

- 4) з XVIII ст. до початку XX ст. — розвиток журналістики як суспільного інституту, вдосконалення поліграфічної бази, становлення преси як основи демократії;
- 5) 1900-1945 рр. — набуття пресою функцій «четвертої влади»;
- 6) 1945-1955 рр. — процес концентрації та монополізації ЗМІ;
- 7) 1955-1990 рр. — епоха становлення електронних засобів комунікації;
- 8) з 1990 р. і до сьогодні.

- Описавши місце і роль ЗМІ в політиці, зрозуміли, що у сучасній політичній системі найважливішу роль відіграють засоби масової інформації. Оскільки ЗМІ відіграють у політичному житті суспільства істотну роль, маючи безпосереднє відношення до його життєдіяльності і виконуючи репродуктивну (відображають політику через радіо, телебачення і пресу) і продуктивну (створить) функції, то вони в тій же мірі, що і творці політики, несуть відповідальність за що відбуваються в суспільстві процеси. А якщо це так, то вони повинні керуватися в першу чергу інтересами суспільства і держав.

Говорячи про роль ЗМІ в політиці, таке не можна оцінювати однозначно. Чому? Адже, інститут, призначений інформувати населення про те, що відбувається в країні і в усьому світі. Саме події, забезпечують розширену форму людської комунікації. Вони претендують на виконання ролі громадських інтересів, на те, щоб бути очима і вухами суспільства. Дуже багато ЗМІ вже задали тон в публічних дискусіях і суперечках, саме цей момент доводить до громадськості найактуальніші проблеми політичного, соціального, та економічного життя.

- Висвітлили збір і розповсюдження інформації, яка має кілька методів і способів, природно точно також, як і поширення інформації, щоб точно викликати інтерес. До збору інформації треба віднести:

- 1) Інтерв'ю- широко використовується засобами масової комунікації. У діалогічній, питально-відповідній формі читач, слухач, телеглядач отримує потрібну йому подієву інформацію. При цьому репортер спілкується, як

правило, з відомими особами, що становлять суспільний інтерес. У інтерв'ююваного немає необхідності приховувати мотиви своїх дій, приховувати подробиці подій і т.п. Застосування методу інтерв'ю в ході журналістського розслідування має суттєві відмінні риси.

2) Спостереження-це ще один спосіб отримання інформації. Воно, як і інтерв'ю, є найбільш поширеним. За допомогою спостереження можна:

- 1) одержувати образні деталі про місця, події та людей;
- 2) перевірити, отриману від інших людей, інформацію або враження;
- 3) отримати необхідні дані або докази;

4) відновити події для читачів, глядачів чи слухачів. Крім звичайного спостереження, існують і інші його види. Це-включеної спостереження, самоспостереження і об'єктивне спостереження.

3)Вивчення документів- одним з найбільш важливих і потрібних інструментів в роботі є документ. Це те, що несе в собі інформацію, яка міститься в рукописних або друкованих текстах, відеокасеті або ж фотоплівці. За допомогою документів перевіряються відомості, які були отримані під час інтерв'ю і спостереження.

4) Чутки, як джерело інформації - джерелом інформації природно є люди, які завжди мають масу цікавої інформації, часом не здогадуючись про її цінності. Виходячи з суто особистої думки чутки які використовуються ЗМІ, але це не так, адже поважаюча себе преса не робить цього, і не використовує джерело "чутки" як достовірну інформацію.

Ще переходячи до більш соціологічного збору інформації треба пам'ятати про:

1)Анкетування- це метод збору первинної інформації в соціологічному дослідженні, який передбачає усне або письмове звернення до досліджуваної сукупності людей з питаннями, зміст яких становить проблему дослідження на емпіричному рівні, а також статистичну обробку отриманих відповідей. Для того, щоб анкетування виправдало весь труд виконаної роботи, потрібно,

щоб анкета була складена правильно і грамотно. В іншому ж випадку дані анкетування не відповідатимуть дійсності.

2)Контент-аналіз-це метод вивчення документів на підставі формування певного набору категорій з подальшою кваліфікацією досліджуваного матеріалу за принципом частоти появи і повторення елементів обраних категорій. Застосування цього методу дає можливість отримати певні кількісні дані, які можуть бути піддані комп'ютерній обробці і статистичному аналізу. Ця дослідницька техніка використовується в соціології з метою отримання висновків про стан і властивості соціальної дійсності.

3)Експеримент- кажучи іншими словами, провокація дійсності. Науковий експеримент і слідчий були його «прабатьками». Даний метод став активніше використовуватися і освоюватися в останні роки. Включене спостереження і журналістський експеримент часто порівнюють і кажуть, що це один і той же спосіб отримання інформації. Але в дійсності-це два різних, що відрізняються один від одного методу.

Про розповсюдження інформації ЗМІ виступає:

— Інтернет-видання- найшвидший засіб обміну інформацією (інформація про події поширюється через Інтернет набагато швидше, ніж через будь-який інший засіб інформації);

— Інформаційні агентства- поширюють інформацію майже для всіх засобів масової інформації, зареєстрованих в Україні, тому поширення прес-релізів чи запрошень на події є найшвидшим і найдешевшим способом для громадської чи благодійної організації.

— Друковані видання- підготовлений текст інтерв'ю чи статті переглядається співавторами (людиною, яка давала журналісту інтерв'ю, чи представником організації, який брав участь у підготовці аналітичного матеріалу), що зменшує ризик подачі неправильної інформації чи її викривлення;

— радіомовлення - це єдиний засіб інформації, що має аудиторію «вірних» слухачів, радіоповідомлення дуже легко створити і просто передати. Інтерв'ю може передаватися безпосередньо в ефір, братися в студії, бути записаним на плівку або ж даватися по телефону;

— телебачення- найпопулярніший засіб масової інформації, який забезпечує контакт з найбільшою аудиторією. Це емоційний засіб інформації, здатний швидко завоювати симпатії, привернути увагу громадськості;

- Проаналізувавши формулювання громадської думки дійшли до того, що громадська думка- це сукупність суджень і оцінок, які представляють синтезовану позицію соціуму («погляди громадськості на що-небудь» (а саме так прийнято, у широкому значенні, розуміти це поняття), то її існування постає незаперечним фактом, адже позиція суспільства, яку формують водночас безліч точок зору членів цього соціуму, так чи інакше, завжди присутня. Загалом громадську думку формують, з одного боку, власний практичний досвід людей, їхнє безпосереднє зіткнення з суспільними проблемами, а з другого – засоби масової інформації.

Громадська думка виступає знаряддям політики, то її формування є сферою боротьби за владу, яка і генерує політичну систему.

Розглядаючи політичне маніпулювання, можна перейти до терміна, а саме, що це це приховане управління політичною свідомістю і поведінкою людей з метою примусити їх діяти або не діяти в інтересах маніпуляторів, тобто нав'язування волі маніпулятора формі прихованого впливу. Політичні маніпуляції здійснюються на міжособистісному, внутрішньогруповому, міжгруповому, масовому рівнях. На міжособистісному та внутрішньогруповому рівнях використовують набір певних маніпулятивних прийомів, а на міжгруповому та масовому рівнях діють маніпулятивні технології. Політичне маніпулювання виступає однією з умов стабільного існування політичних режимів і дозволяє контролювати особистість та її свідомість. Засоби політичного маніпулювання потрібно постійно розвивати і вдосконалювати, оскільки вони допомагають політичним режимам стабільно

функціонувати. Політичне маніпулювання повинно бути спланованим і організованим. Протистояти політичному маніпулюванню стає все складніше, але можливо, завдяки скороченню контактів, відсіювання шуму, відключенню емоцій, створювати альтернативи, завдяки здоровому глузду та зміні мови. Головне зберегти свою думку від впливу політичного маніпулювання.

Список використаних джерел

1. Аляев Г. Є. Політологія / Г. Є. Аляев. – Полтава: АСМІ, 2008; Ворона П. В. Місцеве самоврядування і політичні партії в Україні: [монографія] / П. В. Ворона. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2008. – 184 с.]
2. Андрій Подшипков заперечує, що канал «112 Україна» нібито належить Арбузову або Захарченку [Електронний ресурс] // Телекритика. 2014. 11 янв. URL: <http://www.telekritika.ua/rinok/2014-01-11/89190> (дата обращения: 19.10.2014). ISSN 1997-292X № 1 (51) 2015, часть 2 43
3. Арбузов наращивает свою медиа-империю, хотя не признается в этом [Электронный ресурс] // Racurs.ua. 2013. 19 марта. URL: <http://racurs.ua/news/8239-arbuzov-naraschivaet-svou-media-imperiu-hotya-ne-priznaetsya-v-etom> (дата обращения: 19.10.2014).
4. Бакка Т.В. Людина і світ: підруч. для 11 кл. загальноосвіт. навч. закл.: (рівень стандарту, академічний рівень, профільний рівень) / Т.В.Бакка, Л.В.Марголіна, Т.В.Мелешенко. – К.: Видавничий дім «Освіта», 2012, стор. 126 – 129.)
5. Більшість українців довіряють ЗМІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1274>)
6. Гаврада И. Державна політика України щодо мас-медіа крізь призму президентських виборчих кампаній [Электронный ресурс]. URL: http://postua.info/Gavrada2005_2.htm (дата обращения: 16.10.2014).
7. Галлін Д., Манчіні П. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / перекл. з англ. О. Насика. К.: Наука, 2008. 320 с.
8. Дуцик Д. Структура медіа власності в Україні: політичний аспект [Электронный ресурс]. URL: http://www.rundfunkinstitut.uni-koeln.de/institut/tagungen/2010-Cologne/Dutsyk_u.pdf (дата обращения: 17.10.2014).

9. Дяків Р. С. Засоби масової інформації: проблеми становлення і розвитку / Р. С. Дяків // Друкарство. – 2000. – № 7. – С. 22–23.
10. Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ms.detector.media/trends/1411978127/media_kak_eto_delaetsya_v_odesse/
11. Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. — 2016. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/917-19>. — Назва з екрана
12. Засурский И. Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во МГУ, 1999. 272 с.
13. Карпенко В. О. Інформаційна політика та безпека / В. О. Карпенко. – К, 2006. – 310 с.
14. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. К.: Критика, 2010. 655 с.
15. Мельник М., Постульга В. ЗМІ і влада в Україні: як подолати корупцію? // Національна безпека і оборона. – 2001. - №1.].
16. Московічі С. Століття натовпів: Історичний трактат по психології мас / Пер. з франц. / С. Московічі. - М.: Центр психології та психотерапії, 1996. - 480 с., 3 65
17. Мучник А. М. Засоби масової інформації і політика // V Всеукраїнська науково-практична конференція “Інноваційний розвиток середовища життєдіяльності людини”. / А. М. Мучник. – Полтава]
18. Основидемократії: Навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів / Авт. колектив: М. Бессонова, О. Бірюков, С. Бондарук та ін.; За заг. ред. А. Колодій; М-во освіти і науки України, Ін-т вищої освіти АПН України, Укр.-Канад. проект “Демократична освіта”, Інститут вищої освіти. – К.: вид-во “Ай-Бі”, 2002. – 684с., с.390-391]
19. Платон. Держава: Вибране / Платон – М., 1969. – Т. 3. – 510 с.

20. Політична цензура в Україні: етапи впровадження, механізми здійснення // Національна безпека і оборона. 2002. № 11. С. 3-6.
21. Проміжний звіт Громадського. Грудень 2013 [Електронний ресурс]. URL: http://issuu.com/andriibashtovyi/docs/interim_fin_report_-_ua/3?e=10130715/5899291 (дата звернення: 20.10.2014).
22. Соловйов А. І. Політична комунікація як особливий тип інформаційно комунікативних обмінів / А. І. Соловйов // ПОЛІС. - 2002. - № 3. - С. 5-17., 3 6].
23. Хлевнюк Т. Основные каналы взаимосвязи религии и политики // Виховання і культура. Міжнародний науково-практичний журнал. – 2007. – № 1-2 (11-12). – Серпень-вересень. – С. 50-52.)
24. Яковлев Д.В. Идеология средств массовой коммуникации // Актуальні проблеми політики: Зб. наук. пр. - Одеса: Астропринт, 2000. - Вип. 9. - С. 189-191.
25. Яковлев Д.В. Масс-медиа и реальность: опыт политической трансформации // Філософія, культура, життя: Зб. наук. пр. - Дніпропетровськ: Наука і світ, 1999. - Вип. 6. - С. 223 - 227.
26. Яковлев Д.В. Политический процесс в правовом государстве: роль СМИ // Правова держава: Зб. наук. пр. - Одеса: Астропринт, 2000. - №2. - С. 116-123.
27. Яковлев Д.В. СМИ: современная ситуация // Актуальні проблеми політики: Зб. наук. пр. - Одеса: Юридическая литература, 2000. - Вип. 10 -11. - С. 608 - 610.
28. Яковлев Д.В. Социологические интерпретации политической реальности // Правова держава: Зб. наук. пр. - Одеса: Астропринт, 2001. - №.3 - С. 199-203.

29. Attacks on the Press 1999: Enemies of the Press [Электронный ресурс] // Committee to Protect Journalists: official website. URL: <http://cpj.org/2000/03/title-74.php> (дата обращения: 16.10.2014).
30. Baskakova O.V. Transformacija sredstv massovoj informacii v uslovijah modernizacii politicheskoj sistemy Rossii: Avtoref. diss. ... kand. polit. nauk. Jaroslavl', 2004.)
31. Freedom in the World 2002. Ukraine [Электронный ресурс] // Freedom House: official website. URL: <http://freedomhouse.org/template.cfm?page=22&country=641&year=2002> (дата обращения: 16.10.2014).
32. Freedom in the World 2006. Ukraine [Электронный ресурс] // Freedom House: official website. URL: <http://freedomhouse.org/template.cfm?page=22&year=2006&country=7081> (дата обращения: 16.10.2014).
33. Middle East in Decline as Global Press Freedom Hits Low Point // Freedom House: press release. 2011. May 2.
34. Press Freedom Index 2005 [Электронный ресурс] // Reporters without Borders: official website. URL: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2005,549.html> (дата обращения: 16.10.2014).
35. Schwartzberg R.-J. Sociology Politique / R.-J. Schwartzberg. - P., 1988. - P. 42., с. 42].