

1. Бритков В., Дубовский С. Информационные технологии в национальном мировом развитии // Общественные науки и современность. – 2000. – №1. 2. Землянов В.М. Своя контрразведка. – Мн., 2002. 3. “Зеркало недели”. – 2005. – №50. – С. 5. 4. Квачков В.В. Спецназ России: специальные операции в политике. – М., 2004. 5. Крысько В.Г. Секреты психологической войны. – Мн., 1999. 6. Кузьменко А. Особенности конкуренции “групп влияния и давления” с государственной властью // Персонал. – 2004. – №7. 7. Курілло В.Є. Базові засади латентології // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. Вип. 6. – Київ, Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2004. – С. 103-113; його ж: Латентна політика як соціальне явище // Наукові праці: Науково-методичний журнал. Т. 23. Вип. 10. Політичні науки. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2002. – С. 13-17; його ж: Про деякі базові засади латентології як науки // Політичний менеджмент. – 2004. – №1. – С. 53-62. 8. Литвиненко А.В. Специальные информационные операции и пропагандистские кампании. – К., 2000. 9. На ковре и под ковром. Круглый стол // Русский журнал. – 2003. – 24 апр. 10. Почепцов Г.Г. Теория коммуникаций. – М.; К., 2001. 11. Почепцов Г.Г. Информационно-психологическая война. – М., 1999. 12. Рогозин Г. Политический сыск или внутренняя разведка // Записки Президенту. – 2004. – №16. 13. Сагайдачный И. Тайная война в Ираке // Зеркало недели. – 2004. – №32. 14. Самофалов В. Глобальный вызов транснациональных корпораций // Зеркало недели. – 2003. – №31. 15. Сенченко М.І. Латентні структури світової політики. – К., 2003. 16. Томас Г. Проблемы внутренней разведки // Америка. – 2003. – 27 окт. 17. Хентшел Ф. Частные военные корпорации: наемники как новая латентная сила дестабилизации безопасности // Персонал. – 2004. – №7.

*О. Стадніченко*

### **МАНПУЛЯТИВНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ ЕЛЕМЕНТИ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАС-МЕДІА**

Сучасна людина в процесі динамічної взаємодії, різноплановості й повторюваності різних явищ суспільно-політичного життя давно втратила можливість (та й потребу) бути безпосереднім їх свідком та учасником, але втрачати обізнаність з процесами навколишнього сві-

ту ніхто не хоче; тому більшість індивідів отримують найнеобхідніші відомості для орієнтації у повсякденному житті із засобів масової інформації. Різноманітні знання світоглядного й ідеологічного характеру, що його подають та інтерпретують мас-медіа цілком здатні задовольнити “інформаційний голод” сучасного суспільства, яке все більше набуває рис постіндустріального, інформаційного. Оскільки історія людства є перш за все історією боротьби за владу і панування, то політична влада, в контексті нинішньої ситуації, опиняється в руках того, хто має доступ до інформації, ідентифікації внутрішнього світу людини й змістових картин. До такої думки схильні багато науковців, які особливо підкреслюють той факт, що за будь-якого політичного перевороту новий режим захоплює перш за все не королівський палац й не індустріальні центри, а засоби масової інформації. Це засвідчує особливу вагу ЗМІ в суспільно-політичному житті в різні історичні епохи і дедалі зростаюче значення індустрії мас-медіа в наші дні.

Засоби масової інформації виконують у будь-якому суспільстві чимало важливих функцій. Об'єктом уваги даної статті стане функція критики та контролю, а також можлива різноплановість їх проявів у суспільно-політичному житті, а саме: маніпулятивні і комунікативні можливості діяльності мас-медіа. Адже, як свідчить історичний досвід, мас-медіа можуть служити різним політичним цілям – як розвивати у суспільстві прагнення до свободи і соціальної справедливості, допомагати людям у компетентній участі у політиці, так і духовно закріпачувати, дезінформувати, залякувати населення, сіяти страх і недовіру тощо.

Масову комунікацію науковці визначають як особливий вид діяльності, що здійснюється спеціалістами заради впливу на об'єктивно взаємопов'язані групи і окремих індивідів заради “масовизації” їх свідомості і поведінки. М. Вебер розглядав пресу як особливе “капіталістичне підприємство”, спрямоване на творення певної “робочої маси”, а Р. Парк, Ч. Кулі, У. Липман та ін. трактували масову комунікацію як “особливий спосіб спілкування маси”, що виникає на хвилі індустріалізації “колективного угруповання”, об'єкт інтересів членів якого знаходиться поза локальними групами і культурами, до яких вони належать [1]. Дослідники переконані, що саме в цій площині лежать реальні проблеми справжньої політики: адже саме політика, як сфера суспільної діяльності, найбільше потребує засобів масової інформації для встановлення і підтримки постійних зв'язків між її суб'єктами. Політика неможлива без опосередкованих форм спілкування і спеціальних засобів зв'язку між різними носіями влади, а та-

кож між державою та громадянами – тому мас-медіа все більше виступають не лише як необхідна ланка передачі інформації у системі механізмів політики, але й її творцем. Таким чином, засоби масової інформації в процесі свого функціонування здійснюють двобічний зв'язок між комунікатором (тим, хто подає інформацію) і реципієнтом (тим, хто сприймає інформацію), тобто відбувається своєрідне неособисте спілкування за допомогою форм масового зв'язку.

Зрозуміло, що специфіка діяльності засобів масової інформації має важливі суспільно-політичні наслідки, оскільки характер масової інформації, адресований аудиторії, значною мірою визначає її ставлення до дійсності і напрям майбутніх соціальних дій. Прагнучи до спілкування з навколишнім світом, людина виступає невеликою часткою сконструйованого системного обміну із зовнішнім середовищем: прийом й переробка інформації здійснюються нею в точній відповідності до особливих властивостей її психіки. Незважаючи на те, що один і той самий факт описується й оцінюється різними людьми по-різному, існують певні закономірності роботи каналів проходження інформації – тактильних, візуальних, смакових та ін. Кожна індивідуальна картина світу об'єднується надалі із схожими, потім – із менш схожими, і в результаті всі уявлення людей про навколишній світ, правила існування в ньому, реакції та переконання і таке інше формують масову свідомість [2]. Шляхом формування громадської думки, вироблення певних установок вони спонукають людину до тих чи інших вчинків або до утримання від таких. Тому ЗМІ не лише виконують інформативну функцію (хоча вона має бути основною), але й пропагують ідеї, погляди, вчення, політичні програми і беруть таким чином участь у соціальному управлінні. “Індустрія свідомості стає найважливішим інструментом політичного панування і в той же час інструментом приховування цього панування монополістичної еліти”, – зазначає Я. Любимий [3].

Цілком справедливим вбачається нам трактування мас-медіа дослідниками як цілеспрямованого механізму “масовизації” суспільства, зручним засобом у політичних цілях перш за все недемократичних соціально-політичних систем. Підтвердження згаданих тезі знаходимо в ході дослідження ряду історичних фактів, зокрема геббельсівської пропаганди в Німеччині і сталінської – в СРСР тощо. У сучасному розумінні це був пресінговий соціально-політичний PR відверто маніпулятивного зразка. Незважаючи на крах вказаних режимів, роль мас-медіа в процесі виробництва масової свідомості в недемократичних державах залишається незаперечною. Сама аудиторія багатьма теоретиками сприймається як пасивний, безвольний і зазвичай доляльний

продукт відповідного впливу і обробки, а підхід (в якому активність виявляє тільки комунікатор, а аудиторія виступає пасивним суб'єктом) відображає маніпулятивний напрямок роботи мас-медіа. На вказаному підході ґрунтується чимало інформаційних явищ і масова культура в цілому. Водночас на фоні розвитку демократичних процедур в політичній науці почав переважати підхід до аудиторії не як до пасивної аудиторії, нездатної на власний аналіз і вироблення незалежної оцінки навколишніх подій. Це проявляється і в тому, що у більшості людей сформувались досить складні та диференційовані комунікаційні потреби. Пересічна людина вже не може обходитися без радіо, газети, телебачення, більше того – для багатьох недостатньо одного джерела інформації – постає вимога вибору, можливості самостійно приймати рішення щодо того чи іншого повідомлення тощо. На відміну від тоталітарних держав типу Північної Кореї, де громадяни досі мають один телеканал, у розвинутих країнах рахунок каналів ведеться на десятки і навіть сотні [4], а розвиток комунікації, як відомо, активізує аудиторію, примушує обирати між різними альтернативами. Отже, особливістю масово-інформаційних процесів у багатьох країнах останнього часу є їхня “демасифікація” – можливість вибору для індивіда тієї інформації, яку він сам хоче отримати, а не яку йому нав'язують ззовні, хоча це й пов'язано з певними труднощами технічного й політичного плану. Певною проблемою виступає те, що далеко не кожна людина має талант відділяти зерна від половини в пропонованій інформації, тому й існує такий ефект, коли, за виразом Г. Тарда, “під впливом преси в суспільстві створюється колективна свідомість, об'єднана атмосферичною оболонкою, коли певні риси індивідів взаємно позначаються одне на одному, а їх дії зливаються в унісон, спрямовуються загальною течією ідей і пристрастей. Така духовна єдність індивідів породжується одночасністю їхніх переконань, що формуються пресою” [5].

Особливо важливу роль ЗМІ у життєдіяльності суспільства відзначали вже здавна: дослідники проблеми Ігор та Ярослав Паськи наголошують, що в Англії VII століття друковане слово відіграло помітну роль у формуванні цінностей та громадських орієнтирів, оскільки читаюче населення вже тоді складало 60-70 відсотків [6]. Карл Дойч вважає, що будь-яка співпраця людських істот потребує комунікації і чим більш організованим є суспільство – тим більша потреба в комунікації існує, а отже – і потреба в інформації. Розробляючи проблему ролі комунікації у процесі становлення націй та народів, він дійшов висновку, що “...процеси комунікації є основою пов'язаності суспільств, культур і навіть особистостей...” [7]. Б. Рассел, К. Поппер, Дж.

Сорос зазначають, що для побудови “відкритого суспільства” обов’язковою умовою є відкритість мас-медіа, оскільки лише таке суспільство ґрунтується на засадах самозбереження та безпеки нації, на визнанні самоцінності окремої особистості й людських спільнот. У відкритому суспільстві і преса має бути вільною, бо саме вона забезпечує прозорість державних, політичних, економічних та культурних інституцій для громадянського суспільства. Крім того, вільна преса та демократичне суспільство взаємовпливають одне на одного: свобода слова допомагає утвердженню відкритого демократичного суспільства, а останнє, у свою чергу, забезпечує подальший розвиток і гарантії свободи ЗМІ. Акцентування уваги на свободі як складовій громадянського суспільства можна пояснити тим, що саме свобода була поштовхом до народження вільної думки, слова, а згодом і такого явища, як засоби масової інформації. В середньовічній свідомості – історичний етап становлення свободи совісті – “слово” трактується як певний “ключ” до “діла”; таким чином, хто володіє словом, той панує над дійсністю, панує над світом [8]. Таке трактування дійшло до наших часів у такій загальновідомій формулі: “Хто володіє інформацією, той володіє світом”. В епоху становлення інформаційного суспільства зазначена теза набуває особливої актуальності.

В ідеалі ЗМІ повинні бути зв’язуючою ланкою між окремою особою, громадянським суспільством та державою. Держава – це публічна влада, сфера загальних інтересів, громадянське-суспільство – це сфера індивідуальних свобод і приватних інтересів, а між ними – мас-медіа, що поєднує їх за допомогою своїх комунікаційних можливостей. За умови, що ЗМІ виражають думку інститутів демократії, політичних партій, груп тиску і через вільну пресу підносять громадянське суспільство над державою, можемо говорити про розвинену демократичну державу. Якщо ж фіксовано сліпе виконання волі владних структур і підкорення громадянського суспільства (справедливіше було б говорити про суспільство громадян) державі – то це режим тоталітарний, оскільки у демократичних державах взаємодія влади і суспільства базується на механізмах зв’язку з громадськістю та наданні інформаційних послуг населенню. Обмін інформацією є важливою ланкою в системі державного управління, тому що повнота, якість і вірогідність інформації, що використовується для прийняття соціально-політичних рішень, визначає і правдивість та дієвість таких рішень. Особливого значення проблема відкритості інформаційних систем набуває в сучасних умовах у нашій державі – в умовах побудови в Україні демократичного суспільства. Очевидно, що розвиток економіки, науки, культури, техніки, сфери соціальних відносин, а

також розвиток і вдосконалення політичної системи суспільства безпосередньо залежать як від якості інформації, її повноти, оперативності, так і від форми її подання. Політологи стверджують, що демократичне суспільство, якщо воно хоче залишитися саме таким, змушене балансувати між двома (як мінімум) крайнощами: з одного боку, без свободи слова немає демократії, з іншого – існує небезпека використання свободи слова для маніпулювання масовою свідомістю, – що є досить актуальною темою для будь-якого суспільства, бо, перш за все, процес свідомого введення в оману здатний в майбутньому спричинити “інформаційні війни” і наростання незадоволення та напруги у суспільстві, протести – одним словом, нестабільність.

Як видно з вищевикладеного, роль, яку засоби масової інформації відіграють в суспільно-політичних процесах життя держави, є набагато важливішою, ніж це може видатися на перший погляд. Свідченням впливу мас-медіа на суспільство можуть бути численні мовні штампи, якими вони характеризувалися як в минулому, так і сьогодні: “четверта влада”, “ланцюговий пес демократії”, “великий арбітр”, “очі та вуха суспільства” тощо. Спроба проаналізувати вказані характеристики лише підкреслює їх справедливність: за умов постіндустріального суспільства особливого значення набувають швидкість, ефективність та якість здійснення повноважень представниками державного апарату. Коли відсутній контроль за їх діяльністю, у цілому ряді випадків виникає небезпека зловживання владними повноваженнями. Тому у демократичному суспільстві мас-медіа є “ланцюговим псом”, “великим арбітром”, який виконує функцію нагляду за діяльністю органів державної влади, попереджує розгул корупції та виродження демократії. Щодо визначення засобів масової інформації як “четвертої влади” в суспільно-політичному житті, то з ним погоджуються далеко не всі науковці. Наприклад, О. Гриценко обґрунтовує думку про те, що, оскільки журналістика, на відміну від владних структур, не керує суспільством, не видає законів, підзаконних актів та інших нормативних документів і не вирішує судових справ, то вживання терміну “четверта влада” відриває журналістів від справжнього покликання – ролі посередників між суспільством, громадськими організаціями, окремими громадянами та державою, політичними та владними структурами. Тому вживання згаданої метафори лише дезінтегрує журналістів [9]. Водночас для більшості громадян ЗМІ є найважливішим джерелом інформації про діяльність органів державної влади, події та процеси, що відбуваються у державі та світі. Крім того, мас-медіа забезпечують представникам різних суспільних груп можливість публічно виражати свої думки, знаходити та об’єднувати

однодумців, чітко формулювати та представляти в громадській думці свої інтереси тощо. Виходячи з цього, можемо стверджувати, що будь-яка інформація, незалежно від того, якої сфери вона стосується, спрямована не тільки на інформування аудиторії, але й на формування ціннісних орієнтацій особи і суспільства – отже, ЗМІ виступають одночасно і продуктом громадської думки, і силою, що її формує. Саме в цьому полягає специфіка діяльності мас-медіа.

Комунікативні та маніпулятивні елементи діяльності мас-медіа у суспільно-політичному житті, їх двоїстість була помічена вже давно. Згадаємо у даному контексті вислів відомого українського дипломата, ученого і журналіста Є. Онацького: "...ЗМІ – це мозок нації, який думає за націю, обдумає всі її справи, підказує ті чи інші рішення..., серце, що відчуває націю, б'ється в такт мільйонам сердець..." [10]. З іншого боку, в журналістиці, та й в усій системі мас-медіа, відомий письменник О. Бальзак вбачає концентроване втілення зла, що згубно впливає на всю духовну культуру людства: "Влада грошей, закон купівлі і продажу, моральна розбещеність – все це виявляється в діяльності преси з цинічною відвертістю. Шантаж, безпринципність дії, продиктована дріб'язковими інтересами, зведення особистих рахунків, творення фальшивої репутації і паплюження благородних людей з корисливою вигоди... газета, замість того, щоб піднятися до служіння суспільству, стала знаряддям в руках партій... перетворилась на предмет торгівлі" [11]. На думку цілого ряду дослідників, сучасні мас-медіа, як і ЗМІ попереднього періоду, психологічно можна розглядати як специфічного виробника певного роду міфів. Ще у 1871 році К. Маркс писав про індустрію мас-медіа того часу: "Щоденно преса і телеграф, який моментально розносить свої відкриття по всій земній кулі, фабрикують більше міфів... за один день, ніж раніше можна було виготовити за століття" [12]. Сьогодні в політичних процесах багатьох країн світу починає активно використовуватися також і Інтернет, особливість якого полягає в тому, що він дозволяє встановити зворотний зв'язок політиків із своїми виборцями. Формування глобальних процесів техногенізації та інформатизації сприяють об'єктивному підвищенню ролі мас-медіа на сучасному етапі людської історії, а отже, зростають і комунікативні та маніпулятивні можливості діяльності сучасної індустрії мас-медіа.

З точки зору соціальної науки маніпулювання, мас-медіа – це система засобів ідеологічного й соціально-політичного впливу з метою зміни мислення й поведінки людей всупереч їх інтересами. При цьому люди часто не усвідомлюють, що їх світогляд, потреби, інтереси та в цілому спосіб життя багато в чому залежать від тих, хто ними маніпу-

лює. Теоретики виділяють два основних види маніпуляції: оперативну маніпуляцію свідомістю й поведінкою людей та стратегічну маніпуляцію. Оперативна (або ситуаційна) маніпуляція полягає в тому, що, використовуючи вже закладені в свідомості людей цінності, потреби, стереотипи, звички, маніпулятор змушує їх сприймати ту або іншу соціальну інформацію так, як йому вигідно, й спрямовує їхні соціально значущі дії у потрібному для себе напрямі. Широкі маси людей діють так, як це спланував маніпулятор: голосують чи не голосують, мітингують чи протестують, створюють хаос або, навпаки, дотримуються порядку й демонструють загальну організованість. Стратегічна маніпуляція полягає в тому, що протягом багатьох років в свідомості людей формуються ті цінності, потреби, ідеї, стереотипи, звички, які й самі по собі сприяють підтримці стабільності вигідного маніпуляторіві політичного й економічного ладу й можуть бути використані в оперативній маніпуляції, якщо з'явиться така потреба [13]. Прикладів такої маніпуляції в історії (як і в сьогоденні) можна знайти чимало.

У політичній науці розрізняють значну кількість засобів проведення маніпуляції. Проте найбільш відомим та простим засобом владного впливу й контролю над інформаційними процесами є цензура. Держава за допомогою спеціально призначених й контрольованих нею чиновників регулює зміст друкованих та інших інформаційних матеріалів, використовуючи протекціоністські заходи щодо підтримки власних ЗМІ. Проводячи політику протекціонізму щодо державних мас-медіа, влада вживає різних форм економічних санкцій до опозиційних медіа. Серед найбільш поширених – накладання штрафів контрольно-ревізійними і податковими органами, невинувато високої суми відшкодування моральної шкоди тощо. Результатом подібного контролю нерідко є настільки значне втручання у діяльність засобів масової інформації, що вони втрачають багато своїх функцій щодо відображення соціальної дійсності і подія суспільно-політичного життя перетворюється на нереалістичну, проте бажану для певних сил картинку. Але існує й інший бік проблеми – демократичне суспільство наділяє працівників засобів масової інформації великими правами, але останні несуть і велику відповідальність перед суспільством. Зловживання свободою слова, перетворення її на зручний метод політичної боротьби є недопустимим. В журналістиці повинен діяти принцип: більше свободи – більше відповідальності, а також слід чітко розрізняти такі поняття, як журналістська помилка (за яку доречно і достатньо вибачитись) і навмисне спотворювання фактів (за які необхідно на державному рівні визначити покарання), оскільки вони можуть спричинити зростання напруги в суспільстві [14].



По суті, мас-медіа знаходяться в замкненому колі: “виражаючи і формуючи громадську думку, засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють досвід і волю мільйонів, а з іншого – впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки групової дії людей” [15]. Основні технічні можливості ЗМІ, що оперують цілими просторами (телебачення, преса й радіомовлення), можуть забезпечити, при наявності матеріальних можливостей та відповідного бажання, досить сильний психологічний вплив на населення і навіть пресинг. Як влучно зазначає Б. Багдикян, серед вчених політичних наук стало свого роду трюїзмом вважати, що хоча засоби інформації не можуть повідомляти населенню, що воно повинне думати, вони в дійсності повідомлять його, про що слід думати [16].

Дослідження предмету нашої статті було б неповним, якби ми обійшли увагою такий термін, як інфократія – різновид політичної влади, що буквально означає “влада інформації”; у переносному розумінні – влада ЗМІ і їх представників. Сучасний російський вчений Д. Ольшанський наголошує, що психологічно, задовольняючи потребу в інформації, людина обов’язково потрапляє в залежність від її джерел, тому сучасна масштабна інформатизація суспільства породжує нову проблему. Виникає закономірне питання: чи не посилить це авторитарні тенденції у розвитку держави і чи не може призвести в майбутньому до особливого типу диктатури – інфократури? На думку вченого, за умов централізованого чи відносно монопольного контролю над індустрією мас-медіа цілком можливим є варіант оволодіння політичною владою в країні. Як приклад політолог наводить сучасну італійську дійсність, де інформаційний магнат С. Берлусконі саме на цій основі став лідером загальнодержавної політичної партії і досяг посту прем’єр-міністра Італії [17].

Щодо маніпулятивних та комунікативних елементів суспільно-політичної діяльності мас-медіа в сучасній Україні, то зауважимо, що динамічні процеси, що відбуваються в сучасній Україні, віддзеркалюються у суперечливому характері взаємодії політичної та медіа-систем. Цілком закономірно, що після проголошення незалежності України преса стала могутнім джерелом широкого діапазону інформації і способом вільного вираження думок. В Україні на загальнодержавному рівні були закладені політико-правові основи, що відповідають сучасним світовим стандартам забезпечення свободи слова і функціонування преси; крім того, вже в перші роки існування незалежної України, Верховна Рада України прийняла понад два десятки законодавчих актів, що в той чи інший спосіб регулюють діяльність ЗМІ. Аналіз змісту ряду нормативних актів вітчизняного законодавств-

ва дає можливість стверджувати, що на державному рівні гарантовано право на інформацію, її відкритість, доступність, свободу обміну нею, її об'єктивність, достовірність, повноту і точність передачі інформації. Також держава гарантує економічну самостійність і забезпечує економічну підтримку діяльності друкованих ЗМІ, запобігає зловживанням і можливості встановлення монопольного становища на ринку видавців та розповсюдження друкованої продукції тощо. Водночас практика застосування згаданих законодавчих актів залишає бажати кращого, про що свідчать оцінки авторитетних міжнародних інституцій (Парламентської Асамблеї Ради Європи). За висновками Комітету захисту прав журналістів США, Україна фігурує серед тих країн, де влада придушує свободу слова за допомогою заходів адміністративного тиску. Щодо принципу “цензура заборонена”, який декларується у Конституції, то про його дієвість у реальному житті навряд чи можна однозначно говорити: діяльність редакцій досі пов'язана з втручанням окремих політичних сил у зміст інформаційних повідомлень; присутня також і “внутрішня цензура” окремих журналістів, виплекана у радянські часи та заснована на страхі зайняти опозиційну щодо офіційної влади позицію. Таким чином, досить прогресивному законодавчому забезпеченню свободи слова в Україні протистоять недосконалість механізмів покарання за порушення законодавства про свободу слова, залежність судів від виконавчої влади, а самих мас-медіа – від політичного патронату і фіскальних органів держави. На жаль, в Україні і досі бракує розуміння суспільством і самою владою того факту, що ЗМІ повинні бути демократичною протиположністю офіційній владі і самі офіційні кола повинні бути зацікавлені у становленні незалежної інформаційної системи в державі. Доводиться констатувати, що українське суспільство, як і більшість пострадянських суспільств, і досі не спромоглося здолати тих позицій, які були проголошені ще Леніним і які сповідувались протягом всього радянського періоду щодо засобів масової інформації як “...засобу ідейно-політичної боротьби, управління і пропаганди, що здійснює вплив на поведінку людей і залежить від матеріально-фінансового забезпечення...” [18]. За умов нерозвиненості інституцій громадянського суспільства в нинішній Україні годі й сподіватись на сильні і незалежні мас-медіа, оскільки держава таких не потребує, а суспільство навіть не намагається контролювати владу у жодній формі. Така ситуація дає широкі можливості саме для маніпуляційної діяльності медіа-індустрії.

Наявність демократично організованих ЗМІ, здатних об'єктивно висвітлювати політичні події (тобто виконувати комунікаційні функції), – одна із найважливіших гарантій стабільності демократичної держави.

Саме мас-медіа подають інформацію про події, що впливають на повсякденне життя, аналіз подій, їх оцінку і прогноз, встановлюють та розвивають відносини між громадськими організаціями, політичними партіями і неурядовими організаціями, рекламують певних політичних діячів тощо. Водночас засоби масової комунікації сучасності мають довгий перелік негативних рис і характеристик, які перш за все стосуються маніпулятивної спрямованості та виконання визначеного замовником завдання. Особлива увага загострюється не тільки на вибірковій подачі фактів, але й на тлумаченні подій у відповідному ракурсі з метою створити завчасно спланований образ в суспільній уяві. Не меншою нігілістичною тенденцією позначається діяльність мас-медіа в гонитві за сенсаціями, що породжує упередженість, однобокість і дріб'язковість матеріалів, пропонованих суспільству. За влучним висловом О. Копиленко, "...засоби масової інформації сьогодні – сучасний варіант "дволикого Януса": однією рукою він сіє розумне, добре й вічне, а іншою кидає в землю зуби дракона, з яких, згідно з легендою, виросте зло" [19].

1. Ольшанский Д.В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – С. 55.
2. Донченко Е. Концепция социальной психики общества // Философская и социологическая мысль. – 1994. – № 1-2. – С. 125.
3. Любимый Я.В. Современное массовое сознание; динамика и тенденции развития. – К., 1993. – С. 33.
4. Ольшанский Д.В., Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – С. 67.
5. Любимый Я.В. Вказана праця. – С. 33.
6. Пасько І.Т., Пасько Я.І. Громадянське суспільство і національна ідея (Україна на тлі європейських процесів. Компаративні нариси). — Донецьк, 1999. — С. 58.
7. Карл Дойч. Народи, нації та комунікація // Націоналізм: Антологія / Упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. – К 2000. – С. 546.
8. Пасько І.Т., Пасько Я.І. Вказана праця. — С. 58.
9. Гриценко О.М. Шлях до демократії – через політичну культуру (проблеми формування її в процесах трансформації українського суспільства) // Трибуна. – 2003. – №3-4. – С. 38.
10. Кін Д. Мас-медіа і демократія / Пер. з англ. О. Гриценко, Н. Гончаренко. — К., 1999. – С. 18.
11. Бальзак О. Втрачені ілюзії. – К., 1987. – С. 14.
12. Маркс К., Енгельс Ф. Сочинения. – Т. 33. – С. 215.
13. Любимый Я.В. Вказана праця. – С. 58.
14. Демидов А.И. Власть в единстве и многообразии ее измерений // Государство и право. – 1995. – №11.
15. Політологія / За ред. О.І. Семківа. – Львів. – С. 438.
16. Багдикян Б. Монополія средств інформації. – М., 1987. – С. 41.
17. Ольшанский Д.В. Политико-психологический словарь. – М.: Академический проект, 2001. – С. 185.
18. Советский Энциклопедический Словарь. – М., 1983. – С. 767.
19. Копиленко О.Л. Влада інформації. – К., 1991. – С. 14.