

Владислав Ковалевський

ЦІННІСНІ ВИМІРИ ПОЛІТИЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ,
ОПОСЕРЕДКОВАНОЇ ЗАСОБАМИ
МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ

*Запропонована стаття присвячена питанням ціннісного виміру політичної взаємодії за допомогою сучасних засобів масової інформації та комунікації. Висвітлено форми взаємодії з засобами опосередкування, їх сутність, а також можливості у процесі отримання, селекції, обробки та передачі інформації. Актуалізовані питання загроз та необхідного рівня безпеки у процесах детермінованої цінностями політичної комунікації. **Ключові слова:** політична комунікація, масова інформація, політична взаємодія, символізація політики, ЗМІ.*

Kovalevsky V. The Values of political interaction, indirect mass media and communications. Article «The Values of political interaction, indirect mass media and communications», written by Kovalevsky Vladislav devoted to the values of political interaction with

modern media and social communications. The essence of different forms of mass media interaction and their opportunities in processes of receive, selection, treatment and transmission information are analyzed. Actualized the importance of threats and issue the necessary level of security in the process of political communication. Keywords: political communication, mass media, political interaction, politics symbolization.

Характер взаємодії суб'єктів у межах політичного поля визначається багатьма параметрами, що дозволяють, з одного боку, докладно аналізувати форми та зміст цього процесу, а з іншого, вибудовувати процес комунікації відповідно до бажаних результатів. Вивчення процесу такої взаємодії, у першу чергу, зосереджується на її меті, актуальній для кожного учасника інтеракції. У разі, коли мета не формалізована чи не заявлена у зрозумілий спосіб, необхідно досліджувати форми комунікації, а також ціннісні моделі, на яких вона ґрунтується, для всіх кореспондуючих сторін. Справа дещо ускладнюється, коли в процесі взаємодії з'являються додаткові ланки — засоби опосередкування інтеракцій. До них належать організації третього сектору, політичні партії, інституції громадянського суспільства, а також засоби масової інформації та комунікації. Головна особливість цих засобів опосередкування полягає у тому, що вони здатні не тільки поширювати чи підсилювати інформацію, але й викривляти чи загалом формувати її, що потребує відповідної дослідницької уваги.

Ситуація, коли засоби масової інформації та комунікації отримують важелі впливу на політичну реальність, не нова і навіть має вже багато концептуальних моделей зі сфери масових комунікацій, особливо у західній політології. Не втратили своєї актуальності й роботи з політичних комунікацій, написані у другій половині минулого століття. Особливістю сучасного етапу розвитку людства є лише те, що розвиток засобів масової інформації та комунікації став своєрідною кореляцією розвитку технологій (інформаційних, соціально-політичних тощо). Сьогодні ЗМІ дозволяють ефективно допомагати здійснювати політичне управління на великих територіях і режимі реального часу. Крім цього, вони стають інструментом не тільки держави, але й громадянського суспільства чи навіть окремого громадянина, якому потрібно лише мати певний рівень комунікативної компетенції, щоб знайти та селекціонувати потрібну інформації чи, навпаки, поширити її.

Сьогодні сутність та процесуальні особливості засобів масової інформації та комунікації вивчають багато наук і дисциплін, що, фактично, дає підстави говорити про них як міждисциплінарний предмет досліджень. Фундаментальними в цьому руслі є праці західних дослідників Г. Ласвелла, П. Лазарфельда, які (кожен зі свого боку) сформуvalи і запропонували досить широку теоретичну і методологічну базу дослідження сутності масових комунікацій та їхнього впливу на політичну реальність, що, з деякими уточненнями й вдосконаленнями, використовуються й дотепер. Пізніше ці думки розвиваються за багатьма напрямками — з'являються теорії політичних комунікацій, масової інформації тощо. Згодом з'являється й активно розвивається теорія комунікативної дії Ю. Габермаса, а також дещо інший підхід, що знайшов втілення у теорії самореферентних систем Н. Лумана. Особлива цікавість та актуальність останнього підходу пояснюється поширенням розуміння влади як комунікації, а також намаганням автора віднайти код влади, символізація якого відбувається, зокрема, наявними засобами масової інформації та комунікації. Є й багато інших та цікавих робіт, однак вказані автори запропонували найбільш фундаментальні та адекватні теоретичні підвалини відповідних досліджень, на які спираються багато інших сучасних дослідників. В Україні питання символізації політики найбільш вдало, на нашу думку, досліджує Ю. Левенець. Політичні комунікації, а також їхній інструментарій і форми вивчаються Ю. Ганжуровим, Д. Дуцик та ін. Цікаві роботи у річищі інформаційно-комунікативних технологій соціально-політичного життя публікує Г. Почепцов. Засоби масової інформації та комунікації, їх ціннісний вимір, а також наявний досвід щодо їх функціонування присутній у роботах О. Зернецької, Н. Костенко тощо. Крім того, останнім часом захищаються численні кандидатські та докторські дисертації з питань ЗМІ та ЗМК, але дедалі актуальнішими залишаються питання саме ціннісних матриць, які мають вплив або керують діями власників чи головних редакторів ЗМІ, а також працюють як певні фільтри у реципієнтів інформації, які опосередковуються ЗМІ та ЗМК, що й потребує відповідних політичних та політико-психологічних досліджень.

Отже, метою статті можна визначити теоретичний аналіз засобів масової інформації крізь призму цінностей комунікації. Таким чином, головна увага у запропонованому дослідженні спрямовуватиметься на ціннісний вимір масової комунікації, на моделі

взаємодії з відповідним аналітичним препаруванням матриць сприйняття та поширення інформації політичними суб'єктами.

Слід зазначити, що інформаційна інтеракція може і не стати політичною інтеракцією, тобто будь-яка подія як така може залишитися простою констатацією і не торкнутися громадської думки. Для того, щоб це відбулося, необхідна обробка символами — створення т.зв. «інтерпретації інтерпретації» (в термінології Фуко), а також її подальша трансляція. Найголовніша роль у символізації політичної інформації відводиться сьогодні засобам масової інформації та комунікації, система яких є простором для функціонування та поширення ідеологій, а також джерелом символізації фактичної інформації. Таким чином, система ЗМІ являє собою багатоступеневу систему опосередкування інтеракцій у політичному полі, що і становить основу відповідних моделей взаємодії. Деталізуючи цей аспект, що позначається на всіх процесуальних особливостях цього типу опосередкованих інформаційних інтеракцій, слід відмітити, що засоби масової інформації ще за початкових умов виявляють дуже небезпечну особливість — знаходячи відповідність досвіду індивіда, який є частиною «маси» — і, таким чином, вони потенційно вже володіють маніпуляційним інструментарієм, оскільки оперують переплутуванням індивідуального і колективного сприйняття інформації, часто навіть не ставлячи цього за мету. З іншого боку, ЗМІ використовують і певну спрямованість своїх публікацій — або «маса» (популярно-масові видання), або конкретний споживач чи група (аналітичні, бізнесові). У політичній сфері ця особливість часто використовується для цільового поширення інформації, відповідного її підсилення чи, навпаки, нівелювання, залежності від завдань і характеру цієї інформації.

Як елемент культурного поля, наявні засоби масової інформації та комунікації є класичним інструментом поширення та підтримки культурних традицій, виступаючи на сучасному етапі найважливішим чинником динаміки і розвитку як поля культури, так і поля політики. Тісний взаємозв'язок культури і комунікації загалом проявляється дуже яскраво саме завдяки існуванню та розвитку засобів масової інформації, ставлячи їх у взаємозалежність одних від одних. Сучасна масова культура, що швидко розвивається, співвідноситься із процесами інтеграції свідомості за допомогою засобів масової інформації та комунікації, тобто як продукується ними, так і підтримується поширенням відповідних

інформаційно-знакових комплексів, впроваджуючи через наявні механізми, перш за все, у колективну свідомість. Таким чином вимальовується модель взаємодії ЗМІ не з конкретними громадянами, групами, громадою тощо, а з різними формами свідомості, наслідком чого є формування нових ментальних моделей учасників інтеракцій, а також і таких важливих елементів, як мова і культура загалом.

На сучасному етапі розвитку масових комунікацій головним результатом інтеракцій ЗМІ з іншими соціальними і політичними акторами дедалі більше стає «інформаційний вплив на громадян, визначення спрямованості та стимулювання їх соціальної активності» [1, с. 267], а основною соціальною функцією, відповідно, — «не просте інформування, а впровадження у масову свідомість певної системи цінностей» [2, с. 104]. Зворотний зв'язок демонструє сприйняття/несприйняття запропонованих інтерпретацій і запит на нові інтерпретації (саме в цьому аспекті розрізняється масова поп-культура і культурна індивідуалізація). Зазначений процес притаманний будь-яким суспільствам, де певна множина політичних акторів має у своєму розпорядженні достатньо незалежні від інших засоби масової інформації та комунікації. Через існування таких функціональних і ролевих особливостей ЗМІ вони активно використовуються у двох основних напрямках — як ефективний ретранслятор і поширювач певним чином визначених інтерпретацій, з одного боку, і як творець таких інтерпретацій, з іншого. Саме це зумовлює динаміку статусів ЗМІ від звичайної передачі повідомлень від суб'єкта до множини об'єктів, до створення нової інформації шляхом заміни однієї інтерпретації іншою.

Процесу використання цих особливостей засобів масової інформації та комунікації в інтеракціях на всіх рівнях також слугують їхні базові ефекти, які забезпечують зв'язок між ними та «рівнем громадянської свідомості» населення [3]: «ефект вибору» (тобто можливість вільного вибору людьми джерел інформації), «медіа-ефект» (зумовленість новинною політикою ЗМІ зацікавленості людей у політичній і громадянській участі) і, нарешті, «ефект взаємодії» (інтерактивний характер спілкування громадян і ЗМІ, який сприяє виникненню стійкої залежності між отриманням інформації та наступної констеляції очікуваних дій). У своїй діяльності засоби масової інформації використовують апеляції до таких чуттєвих, ірраціональних, емоційно-вольових компонентів суспільної свідомості, як почуття любові до Батьківщини,

націоналістичні і патріотичні настрої, чинники регіональної ідентичності тощо, завдяки чому володіють значним мобілізаційним потенціалом, що може бути використаний політичними суб'єктами у власних цілях. Активізуючись у збудливі періоди (як, наприклад, вибори), ці дії покликані змінювати масову свідомість, але часто мають короточасний характер і по завершенні пропагандистських кампаній, не маючи відповідного інформаційного супроводження і підтримки з боку стійких символічних систем, припиняють свій вплив.

Водночас вказана спрямованість ЗМІ на почуттєві стимули одержувачів інформації зумовлює зміну характеру самої інформації, що надається. Увага засобів масової інформації та комунікації, таким чином, зсонується з опису події на приватне життя особистості (іміджу особистості). Таким чином ЗМІ визначають, яку інформацію мають споживати реципієнти, що дуже часто є вкрай далекою від необхідних знань про політику, політиків та державних службовців, діяльність владних установ тощо. З огляду на це ЗМІ становлять не основу функціонування та розвитку існуючої загальної культури, у тому числі політичної, а, скоріше, використовуються як інструменти контркультури, спрямованої на дезорганізацію масової свідомості шляхом перевантаження сенсорних каналів сприйняття інформації, формуючи новий культурний шар, часто далекий від процесів усвідомленої участі. Сформовані таким чином системи ЗМІ та ЗМК щодня пропонують надлишкову інформацію для всіх груп споживачів, яка має масовий характер, але є малокорисною з погляду варіантів вибору чи здобуття нових потрібних політичних знань. Через це реалізуються функції ЗМІ щодо формування відповідної поведінки в тих чи інших умовах. Поряд з цим процесом треба визнати той факт, що ЗМІ та ЗМК у сучасному суспільстві є скоріше предметом економічних інвестицій, тобто орієнтовані здебільшого на отримання реальних фінансових прибутків, через що, віддаючи перевагу саме економічним важелям функціонування, спрямовують свою діяльність на зазначений розвиток культури (контркультури) в основному шляхом надання можливостей для зацікавлених осіб у розміщенні реклами. І тут знову яскраво проявляється дедалі вагоміше значення символізації, оскільки в умовах, де значення інформації детермінується її рекламними якостями, розрив між світом, запропонованим ЗМІ, і дійсністю постійно зростає. Адже оформлена у такий спосіб інформація формує споживацькі настрої, які

є головним виявом масового суспільства, що вже саме починає підтримувати розвиток саме таких тенденцій, висуваючи відповідні інформаційні потреби. З політичної точки зору, орієнтація на здобуття економічного прибутку, на розваги як складової попкультури і відповідні рейтинги як елемент зворотного зв'язку — це і є основа політики визначення інформації, яка має йти реципієнту. Це знову-таки, сприяє розвитку чисто символічної політики, яка заснована на образах, іміджах політичних акторів і структур, що створюються за фінансової та організаційної підтримки владно-економічної еліти та інших зацікавлених осіб з відповідними ресурсами.

З погляду поліархічного інформаційного процесу, шляхи оптимізації опосередкованих ЗМІ інтеракцій полягають у тому, щоб «закріпити, зберегти атрибути демократизації політичного процесу — дискусійність, відкритість форумів, обмін думками, різнодумство у політичному плюралістичному просторі» [4, с. 116]. Але це потребує прозорих механізмів фінансування з різних джерел та нормативно закріпленого механізму підтримки таких ініціатив з боку зацікавленої в цьому держави та стійких інституцій громадянського суспільства. Сьогодні громадськість активно включається в інтересуб'єктивні процеси, в чому найголовніша роль відводиться саме інтерактивній техніці. Це вимагає більшої відповідальності і відповідної загальної і політичної культури. Адже для забезпечення ефективної демократичної динаміки політичної системи навіть пропаганда як поширення певних ідей і смислів має гарантувати індивідуальну свободу та культивувати право вибору. Простір такого вибору і свободи розширюється підвищенням загальноосвітнього рівня, наданням якнайширшої та різнопланової інформації щодо подій всередині самої соціально-політичної системи. Інтерактивність сучасних ЗМІ досягається різними шляхами, які передбачають, по-перше, відповідні знання щодо існування різних форм взаємодії зі ЗМІ та через них — з інститутами влади; по-друге, набір необхідних комунікаційних навичок та компетенції для використання цих знань у процесі реалізації своїх прав та діяльності; по-третє, наперед задану ментальну модель і тезаурус для адекватного розуміння представленної інформації і реалізації очікуваних дій.

Зворотний зв'язок реалізується також кількома напрямками, одним з яких є вимір аудиторії мовлення, який розвивався як частина більшої організаційної форми системи «зі створення більш

кваліфікованого механізму зворотного зв'язку з метою узгодження виробництва та поширення, тобто задля створення раціоналізованої системи керованого споживання» [5]. Ця модель передбачає використання інших форм взаємодії, які потребують окремої уваги та вивчення — опитування громадської думки, визначення комунікаційних центрів (лідерів думок) та ін. Окрім цього, для забезпечення зворотного зв'язку використовуються спеціальні інформаційні програми, які дозволяють проводити інтерактивне спілкування в режимі реального часу. Але їх не так багато і за наявних обмежень ефіру і його вартості вони не можуть бути визначними.

Стосовно традиційних друкованих ЗМІ — ситуація зі зворотним зв'язком складніша, оскільки їх формат не передбачає інтерактивне спілкування, хоча може ефективно використовуватися для поширення інформації з чітко вираженою періодичністю. Формально більшість з друкованих видань мають розділи зворотного зв'язку, але найчастіше, знову-таки, редакція сама визначає, що саме буде представлено в цих рубриках, оскільки відбити всі звернення або хоча б статистику щодо них майже неможливо через існуючі об'єктивні обмеження друкованих видань. На жаль, альтернативні форми взаємодії ще не набули значного поширення, хоча все більше звертаються сьогодні до них — по-перше, для отримання інформації, по-друге, для власної репрезентації, і по-третє, саме як для організації інших форм взаємодії. В цьому сенсі інтерактивність Інтернету слугує розвитку демократичних засад через організацію ефективного зворотного зв'язку. Але тут проявляється в основному технологічна відсталість, зумовлена здебільшого фінансовими негараздами. Рівень використання Інтернету в Україні залишається ще достатньо низьким — в межах 25% і також нерівномірним по регіонах з природним домінуванням індустріально розвинутих районів. Слід наголосити на тому, що останнім часом Інтернет виступає, перш за все, як джерело інформації для її подальшого використання традиційними ЗМІ, тобто здебільшого для журналістів, які займаються вже селекцією та інтерпретацією такої інформації. Те, що Інтернет не набув ще значного поширення, відбивається також на тому, що ще далеко не всі державні послуги і не так швидко з'являються у мережі і більшість матеріалів має тільки іміджовий характер. Але все ж таки простежується позитивна динаміка, згідно з якою держава дедалі активніше просувається в Інтернет. І головними проблемами, на думку експертів, тут є питання кваліфікованих

кадрів та оновлення комп'ютерної техніки з відповідним розширенням можливостей для доступу.

Додатковим питанням на цьому рівні взаємодії є те, як відбивається на процесі комунікації її опосередковування комп'ютером. По-перше, використання цієї форми взаємодії, знову-таки, потребує відповідних знань та навичок, а по-друге, використання цих засобів опосередкування за наявності ефекту оперативності не забезпечує кінцевого користувача від порушень соціальної комунікації, відповідно до чого може спотворюватися первісна інформація. Проте варто пам'ятати, що з технічного погляду мережа є повністю нейтральною до комунікації, а її викривлення можливе лише з боку певних осіб. Мережа, таким чином, дійсно зводячи нанівець наявні просторові (а отже, і часові) комунікативні обмеження, є, водночас, тільки ресурсом, який використовується конкретними соціально-політичними акторами відповідно до власних цілей і завдань.

Загалом можливості, які надає Інтернет, спрощено можна звести до схеми, в якій відбувається формування та доступ до інформаційних ресурсів, паралельно з процесами деідентифікації (за потреби) автора інформації за невеликих фінансових затрат, але певної інформаційно-комунікаційної компетенції. З одного боку, використання доступного Інтернету з його можливостями створює підстави до широкого залучення зацікавлених людей і організацій до політичної діяльності, стаючи підґрунтям т. зв. «глобального громадянського суспільства», але, з іншого, це становить також і приховану небезпеку як для Інтернету, так і інших інтерактивних ЗМІ, яка полягає у базових ефектах цих систем, коли на відміну, наприклад, від телеглядача «користувач мережі психологічно впевнений у свободі свого інформаційного вибору, у неможливості маніпулювання його поведінкою з боку інших мережевих суб'єктів» [6, с. 142], оскільки має змогу обирати інформаційні ресурси відповідно до власних знань, переконань та очікувань. Стаючи дедалі активнішим актором культурного, а з ним і політичного полів, такі системи починають впливати на соціальну диференціацію суспільства (наприклад, політична структура Інтернету відмінна від структури реального політичного поля країни чи регіону через надання більш ліберальних умов доступу до основних ресурсів репрезентації політичних акторів). Водночас використання зазначених систем поряд з традиційними засобами опосередкування інтеракцій дедалі частіше підштовхує пересічних

користувачів до переосмислення власного досвіду, дозволяючи продукувати нові очікування і впливаючи на структуру політичних інтересів, що робить ці системи активним суб'єктом інформаційного впливу, паралельно надаючи широкі можливості для приховування авторства, з одного боку, і оперативного поширення інформації, з іншого. У цьому сенсі, наприклад, поширена думка, що поява і розвиток глобальної інфо-комунікативної інфраструктури, найбільш яскравим виявом якої є мережа Інтернет, створили передумови формування універсального способу управління свідомістю, а відповідно, й поведінкою людей, де саме ця інфраструктура є «центральною ланкою ланцюга, що з'єднав інформаційну та психологічну війни» [6, с. 140], багато виявів чого ми можемо бачити у передвиборчих кампаніях значної кількості сучасних держав. Справа у тому, що, як вже було зазначено, Інтернет деідентифікує людину-користувача цієї інформаційної системи. Але він точно також деідентифікує людину-творця багатьох цих ресурсів, з єдиною поправкою стосовно іміджових ресурсів (відомих брендів), де авторство є обов'язковим елементом підтримання престижу. Питання деідентифікації не так важливе у інтерактивному індивідуальному спілкуванні, де може реалізуватися прагнення людини до взаємничення. Але коли обмін суспільно важливою інформацією відбувається в цьому режимі (новини, важливі коментарі тощо), то саме Інтернет дає змогу залишитися інкогніто, і ця нова ідентичність може дозволити собі, за наявності певних ресурсів, викривлення, перекручення чи навіть постачання зовсім неправдивої інформації. Це є абсолютно об'єктивним процесом, який останнім часом негативізується тим, що сьогодні Інтернет політизується дуже швидкими темпами, за наявності тісного зв'язку з реальною політикою (через журналістів, політиків, активних та забезпечених ресурсами громадян тощо). І, таким чином, інформація, народжена в системі Інтернету, може мати великі і важливі наслідки у реальній політиці, що вже знову привертає увагу до моральних якостей людей, які ці ресурси створюють, поширюють та використовують з певною метою.

Наведені основні форми, моделі і процесуальні особливості засобів опосередкування інформаційних інтеракцій є як ідеальними, так і реальними, що проявляються у політичному полі України, зокрема полі політичної влади, але далеко не є вичерпними. Проте, на наш погляд, вони є домінуючими у системах інтеракцій, які доступні для аналізу й інтерпретації. Розглянуті процеси мають неод-

нозначний характер з погляду характеру динаміки політико-владного поля. Залежно від контекстів, історично закріплених сталих форм і моделей, а також їхнього інформаційного наповнення вони можуть слугувати або демократичному, або авторитарному характеру цієї динаміки. Проте, відмітимо, що майже усі інші опосередковуючі ланки у своєму функціонуванні використовують зазначені форми і механізми, які організують відповідні дискурси для реалізації комунікативних очікувань сторін і досягнення поставлених цілей. Розглянуті форми і моделі взаємодії дозволяють робити висновок про універсальну компетенцію (у термінології Н.Лумана) представлених опосередковуючих ланок, особливо систем ЗМІ та ЗМК, які не тільки формалізують публічні дискурси, транслюють та поширюють інформацію, але й отримують достатньо конкретний зворотний зв'язок і здійснюють вплив на інформаційні преференції усіх сторін, задіяних у політичних комунікаціях та інтеракціях.

Аналізуючи форми і моделі функціонування засобів опосередкування інформаційних інтеракцій, слід відмітити, що, згідно з відповідними дослідженнями, процесуальні характеристики загального мас-медійного простору України у роки незалежності, особливо у збудливі періоди висвітлення передвиборчих інтеракцій, позначалися певними негативними особливостями, зокрема [7, с. 27]:

– порушенням принципу рівного доступу політичних сил до ЗМІ;

- сортуванням інформації;
- замовчуванням інформації;
- дозуванням інформації;
- домінуванням оцінкових суджень у поданій інформації;
- вилученням окремих відомостей із загального контексту або акцентуванням інших (темники);
- відсутністю у повідомленнях різних точок зору;
- незбалансованим поданням інформації щодо одних партій і блоків, порівняно з іншими.

Зрозуміло, що часто наявні моделі інтеракцій обтяжуються також і штучними процедурами, що використовуються для забезпечення реалізації комунікаційних очікувань з боку політичних сил, які мають більше ресурсів (адміністративних, фінансових, організаційних тощо), але, так чи інакше, проявившись у політичному полі, вони і надалі здійснюють свій вплив у спокійні періоди. Розвиток політичних комунікацій і опосередковуючих ланок інформаційної взаємодії з наданням дедалі ширших можливостей

для відповідного впливу на громадянина, окремі соціально-політичні структури, громадськість загалом щораз гостріше ставить питання контролю за цими засобами, який може проявлятися як увага з боку громадських організацій, зацікавлених владних інститутів, представників бізнес-груп тощо, шляхом отримання відповідних знань і навичок, підвищення рівня загальної політичної культури, розвитку тезаурусу та інформаційної компетенції. Відсутність цілісної системи забезпечення цього процесу зумовлює те, що попри наявність розгалуженої системи політичних зв'язків комунікація по лінії «центральна влада — регіони — громадськість» залишається слабкою, як і відповідний зворотний зв'язок влади з громадськістю, який є необхідним для визначення проблем і потреб регіонів та залучення громади до вироблення політичних рішень, що стосується локальних територій. Як наслідок цього, страждає уся державна політика як щодо регіонів, так і щодо державного інформаційного забезпечення динаміки політичної системи.

Загалом, проведений теоретичний аналіз ціннісного виміру засобів опосередкування політичної взаємодії у сучасному світі дає змогу акцентувати увагу на важливості дослідницької уваги комунікативним процесам і їх формам. Запропонований погляд дозволяє наголошувати на тому, що політична реальність є багатофакторною, багатовимірною і, головне, — суб'єктивною. Адже вона формується завдяки співвіднесеності інформації, що надходить з різних джерел, з наявним досвідом і ментальною моделлю індивіда. Засоби масової інформації та комунікації, володіючи значним потенціалом маніпуляції з фактами, не можуть мати прямого доступу до свідомості, оскільки пересічна людина намагається (або переконує себе, що так і є) сприймати інформацію достатньо критично. Саме цей аспект спонукав до розробки технологій доступу до підсвідомості, які дуже часто оперують інструментами, що відсилають до цінностей, до того, що є важливим для людини. А це, в свою чергу, дозволяє викликати довіру і, відповідно, менш критичне ставлення до інформації, яку надається. Тому подальші дослідження в цьому напрямі мають шукати відповіді на питання щодо оптимізації діяльності, демократизації та процедурного контролю, селекції інформації та безпечних механізмів у процесі політичної комунікації за допомогою засобів масової інформації та комунікації, що потребує нагально-наукового пояснення та інтерпретації.

1. Ганжуров Ю. ЗМІ як інститут громадянського суспільства // Наукові записки / Збірник. — К.: ІПіЕНД, 2004. — Вип. 25. — С. 263–274.

2. Науменко Т.В. Массовые коммуникации в политической структуре общества // Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки. — 2003. — № 3. — С. 102–114.

3. Norris P. A Virtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies. — L., 2001.

4. Протодьяконов С.А. Телевидение в системе соотношения «народ» — «публика» — «масса» // Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки. — 2003. — № 3. — С. 114–129.

5. Слисаренко И. Измерение аудитории вещания: требования, инструментарий и задачи // Персонал. — 2002. — № 8. — С. 72–76.

6. Морозов И.Л. Информационная безопасность политической системы // Полис. — 2002. — № 5. — С. 134–145.

7. Основні особливості діяльності ЗМІ в Україні. Медіа і вибори 2002 року / Український незалежний центр політичних досліджень: За заг. ред. Ю.Тищенко. — К., 2002.