

І. В. Рибак

## ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ВИМІРИ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ

*Розглядаються інформаційно-комунікативні виміри сучасного політичного маніпулювання, зокрема застосування інформаційно-маніпулятивних технологій. Підкреслено, що подібні маніпулятивні практики стали невід'ємним атрибутом нинішньої політики та наголошено на необхідності пошуку новітніх теоретико-концептуальних інструментів для їх аналізу.*

**Ключові слова:** політичне маніпулювання, політична медіатизація, політична комунікація, інформаційно-маніпулятивні технології, масова політична свідомість.

*Рассматриваются информационно-коммуникативные измерения современного политического манипулирования, в частности применение информационно-манипулятивных технологий. Подчеркнуто, что подобные манипулятивные практики стали неотъемлемым атрибутом нынешней политики, а также необходимость поиска новых теоретико-концептуальных инструментов для их анализа.*

**Ключевые слова:** политическое манипулирование, политическая медиатизация, политическая коммуникация, информационно-манипулятивные технологии, массовое политическое сознание.

*The article deals with information and communication dimensions of modern political manipulation, in particular the use of information and manipulation technology. The author stresses that such manipulative practices have become an integral feature of current policy and emphasizes the need for search for new theoretical and conceptual tools for their analysis.*

**Key words:** political manipulation, political mediatisation, political communication, information and manipulative technology, mass political consciousness.

Сенс політики набуває особливого звучання поряд з тенденціями медіатизації, технологізації та інформатизації суспільного буття. Як мистецтво комунікації, а також універсальний механізм досягнення компромісу між конкуруючими інтересами в суспільстві, сучасна політика адаптувала новітні інформаційно-комунікативні феномени на всіх своїх рівнях. Тому динамізм інформаційного середовища теперішньої політики та прагнення домінування в ньому вимагає від політичної влади впровадження особливих стратегій комунікативної взаємодії між владною елітою та громадянським суспільством, що ґрунтуються на основі реалізації тих чи інших інформаційно-маніпулятивних технологій. Ці технології стали ключовими інструментами цілеспрямованого впливу на політичну свідомість громадян, а також відповідного коригування їх політичної поведінки. По суті, маніпулювання як процес застосування інформаційно-маніпулятивних технологій є інтегральною частиною сучасного політикуму, а також необхідною умовою досягнення суспільного визнання (політичної легітимації) чи вагомим фактором його втрати (політичної делегітимації).

Проблемі ролі інформаційних технологій у політиці, аналізу їх маніпулятивного потенціалу присвячено чимало праць зарубіжних та вітчизняних дослідників. Зокрема, до числа найбільш відомих слід віднести праці таких зарубіжних учених, як Л. Бенет, Ж. Бодріяр, П. Бурдьє, Г. Грачов, Р. Ентман, І. Засурський, С. Кара-Мурза, М. Кастельс, У. Ліппман, Е. Лоу, Н. Луман, І. Мельник, М. Паренті, О. Соловійов, О. Тоффлер, Ю. Хабермас, Н. Хомський, А. Цуладзе, П. Шампань, В. Шейнов, Г. Шіллер та ін. У вітчизняній науці – це такі вчені, як: В. Бебик, І.

Бенцал, О. Бойко, Н. Гармаш, О. Гуляєв, С. Демченко, О. Заславська, О. Зернецька, П. Зернецький, В. Ковалевський, В. Коляденко, Л. Кочубей, Л. Кучма, С. Макаренко, В. Набруско, В. Недбай, М. Ожеван, Г. Осика, В. Осторухов, В. Петрик, Г. Почепцов, А. Сіленко, О. Шерман, Д. Яковлев, О. Яковлев та ін.

Спільною тенденцією сучасного наукового дискурсу проблеми політичного маніпулювання, на наш погляд, є поєднання традиційного уявлення про нього як про систему ідеологічного та духовно-психологічного впливу на масову політичну свідомість, громадську думку та політичну поведінку з визнанням засобів масової комунікації (далі – ЗМК), а також їх технологій, ключовим джерелом політичного маніпулювання<sup>1</sup>. Така амбівалентність у науковому вимірі феномену політичного маніпулювання є індикатором суперечливості його внутрішньої природи на сучасному етапі. Цей факт підтверджує тенденція частої смислової заміни концепту «політичне маніпулювання» такими дотичними поняттями, як: пропаганда, зв'язки з громадськістю (PR), політичний спін-докторінг, політичне нейролінгвістичне програмування (НЛП), інформаційно-психологічні війни/операції тощо.

У свою чергу, така ситуація актуалізує питання адаптації здобутків досліджень феномену масової комунікації та ролі мас-медіа в політикумі для концептуального осмислення феномену політичного маніпулювання. У вищезначеному контексті універсальний методологічний потенціал для аналізу сучасних вимірів політичного маніпулювання має концепт «політична медіатизація». Так, більшість дослідників проголошують медіатизацію політики тенденцією сучасності. На їх слушну думку, політична медіатизація як процес поглиблення залежності/взаємозалежності політики та мас-медіа й зумовлює ключові вектори трансформації сучасного політикуму та його визначальних практик<sup>2</sup>. Тому адаптація даного концепту в контексті аналізу досліджуваної проблеми дає можливість використовувати теоретичний потенціал її ключових понять. Наприклад: «медіа-логіка» як репрезентація політичної реальності здійснюється у медіа-форматах та крізь призму медіа-цінностей видовищності, драматизму, новинної цінності події, шоу-бізнес вимог тощо)<sup>3</sup>; тяжіння сучасної політики до таких форматів самопрезентації, як «медіа-події»/«комунікативні події» – це реальні події, які за допомогою медіа здобувають сильний публічний резонанс та перетворюються у медіа-виставу<sup>4</sup>, а також «псевдоподії»/«поставлені події» як цілеспрямовано сконструйована медіа-реальність<sup>5</sup>. Зокрема, у вищезначеному контексті видатний зарубіжний вчений М. Кастельє використовує концепт «медіа-політика» («media politics»). На його думку, «повідомлення, організації та лідери, які не існують в медіа, не існують в суспільній свідомості»<sup>6</sup>. Основними характеристиками так званої «медіа-політики» вчений вважає: персоналізацію політики, фокусування електоральних кампаній на використанні медіа, щоденна обробка політичної інформації за допомогою практики впровадження спін-технологій<sup>7</sup>.

Отже, сучасна багатогранність політичного маніпулювання в контексті

новітніх інформаційно-комунікативних вимірів актуалізує необхідність його подальшої концептуалізації. Водночас широке коло відповідних теоретичних конструктів ставить питання можливості їх адаптації на рівні національної політичної науки чи актуалізує необхідність формування нових, автентичних вітчизняному політичному концептів. Останнє твердження як принципова позиція пропонується в даній публікації. Так, ключовою метою даного дослідження є актуалізація необхідності розширення теоретичних рамок концепту «політична маніпуляція» як категорії політичної науки в контексті аналізу її новітніх інформаційно-комунікативних вимірів. Вважаємо доцільним впровадити в науковий дискурс поняття «інформаційно-маніпулятивні технології», що має, на нашу думку, значний пізнавальний та теоретичний потенціал для аналізу сучасних політичних маніпулятивних практик. Відповідно, концептуалізація даного поняття на рівні політичної науки, насамперед вітчизняної, є наступним важливим завданням дослідження.

Отже, реалізація поставлених завдань передбачає включення всіх унікальних граней процесу політичного маніпулювання. Насамперед це врахування універсальних факторів ефективності маніпулятивного процесу, поєднання яких і складає сутність інформаційно-маніпулятивної технології. Відповідно до вищезазначеного можна виділити декілька рівнів концептуалізації даного поняття. Перший – передбачає аналіз процесу політичного маніпулювання як комунікативного процесу або процесу, що відбувається на основі комунікації та опирається на відповідні закономірності комунікативної взаємодії. Другий – врахування універсальних політико-психологічних факторів ефективності маніпулятивної комунікації.

Обґрунтування інформаційно-комунікативних вимірів сучасного політичного маніпулювання передбачає його аналіз як феномену масової політичної комунікації. Така позиція відповідає загальній тенденції розуміння комунікативної природи теперішнього політичного. Так, відомий зарубіжний вчений Б. Макнайр стверджує, що в дуже широкому сенсі всі комунікативні практики політичних організацій можна визначити як політичні комунікації<sup>8</sup>. Їх базовим теоретичним конструктом є лінійна модель, яка передбачає взаємодію трьох головних акторів: комунікатора (відправника вихідної інформації), комуніканта (інтерпретатора вихідної інформації) та реципієнта (одержувача інформації)<sup>9</sup>. Змістом політичних комунікацій, на думку російського вченого О. Соловйова, є «створення інформаційної (символічної, духовної) спільності комунікатора та реципієнта, забезпечення ідейної єдності сторін», що відповідає цільовому призначенню комунікації взагалі<sup>10</sup>.

Політичне маніпулювання є специфічним різновидом політичної комунікації. На думку О. Соловйова, маніпулювання як методика інформаційного просування прихованих політичних смислів та підтекстів, які не можуть бути введені на політичний ринок в явній, відкритій формі, передбачає створення стійкого домінування інформаційної моделі комунікатора над моделлю реципієнта, з метою забезпечення інтересів та підтримки певного актора<sup>11</sup>. Вітчизняний вчений О. Бойко, аналізуючи ключові особливості маніпулятивної комунікації на рівні «маса–суспільство», визначає такі його характеристики: розмита адресність маніпулятивної дії; інформаційний потік для великих соціальних груп формується на основі актуальності, оперативності та універсальності; практична втрата зворотного зв'язку; домінування організованого характеру маніпулювання в комунікативному процесі над спонтанним; фіксованість, незмінність ролей комунікатора та реципієнта; домінування в комунікативній взаємодії ЗМІ як посередників маніпулятивної дії; зростання рівня анонімності аудиторії, на яку спря-

моване маніпулювання, тощо<sup>12</sup>.

Російський вчений Є. Доценко наголошує, «у випадку з маніпуляцією йдеться, безсумнівно, лише про односторонню інтенцію, про присвоєння маніпуляцією права вирішувати за адресата, що йому потрібно робити, про прагнення вплинути на його цілі»<sup>13</sup>. Дослідник підкреслює: «...Маніпуляцію як взаємодію слід розглядати лише на технологічному, операційному рівні»<sup>14</sup>. Отже, ефективність політичного маніпулювання зумовлюється характером взаємодії, тобто технологією маніпулятивної комунікації, де сама комунікативна взаємодія не є самоціллю, а лише способом досягнення мети.

Так, вітчизняний дослідник Б. Мотузенко, розглядаючи соціокультурні аспекти маніпулятивного впливу, теж аналізує маніпуляцію як цілеспрямовану стратегічну соціальну дію, що полягає у встановленні контролю насамперед над комунікативною ситуацією, в якій знаходиться та діє реципієнт<sup>15</sup>. Відомий вітчизняний вчений Г. Почепцов виокремлює декілька базових рівнів роботи з комунікативним простором або з простором будь-якої комунікації – це організація символічної, візуальної, подієвої, міфологічної та, власне, комунікативної складових простору комунікації<sup>16</sup>. Він підкреслює, що будь-який інформаційно-політичний вплив створює (провокує) конфлікт, який у подальшому буде вирішуватися у вигідному для комунікатора руслі. Головна мета – це інформаційне домінування, яке не давало б можливості захопити ініціативу опоненту/противнику<sup>17</sup>. Для цього комунікатор організовує та підтримує ситуацію інформаційної асиметрії з метою встановлення реальної та керованої переваги в комунікації<sup>18</sup>. У нашому випадку, як зазначає інший видатний вітчизняний вчений М. Ожеван, «маніпулятор, який бере на себе роль генератора стратегічних програм, займає найвигіднішу позицію в комунікативному просторі, і шанси на привласнення такої ролі зростають там, де сегментація інформаційного поля-простору вища»<sup>19</sup>. Цю тезу підтримує вітчизняний дослідник С. Демченко, який виявляє подібну ситуацію на вітчизняному інформаційному просторі. На його думку, національний інформаційний простір набуває «мозаїчного», фрагментарного характеру, він «розмежований» та розподілений між медіа-холдингами фінансово-промислових угруповань, які завдяки їх фінансуванню та підтримці «анексують» певні інформаційні зони, переймаючи на себе функції PR. У результаті корпоративні, егоцентричні устремління окремих олігархічних груп чи політичних сил видаються за суспільно значущі та необхідні всьому соціуму<sup>20</sup>.

Так, основними векторами концептуалізації поняття «інформаційно-маніпулятивна технологія» на рівні аналізу політичного маніпулювання як комунікативного процесу, є: 1) визнання можливості адаптації теоретичних інструментів політичної комунікативістики в контексті досліджуваної проблематики; 2) включення до числа факторів ефективності політичного маніпулювання відповідних критеріїв процесу політичної комунікації; 3) у контексті структури маніпулятивної комунікації саме комунікант – мас-медіа, визначає її конфігурацію та технологію організації; 4) змістом маніпулятивної комунікації та основною складовою маніпулятивного впливу є передача інформаційного повідомлення (оперування інформацією). Остання теза значною мірою зумовлює змістовність та адекватність терміна «інформаційно-маніпулятивна технологія», основною метою застосування якої, на нашу думку, є досягнення стратегічних цілей комунікатора та комунікації шляхом передачі відповідної інформації.

Другий рівень вищеозначеної концептуалізації, а також аналізу інформаційно-комунікативних вимірів політичного маніпулювання передбачає розгляд універсальних політико-психологічних особливостей даного процесу. До числа найбільш ґрунтовних досліджень у цьому напрямі слід віднести праці таких відо-

мих зарубіжних та вітчизняних учених, як Т. Адорно, В. Васютинський, М. Головатий, Г. Дебор, Є. Доценко, Е. Канетті, Г. Лебон, Г. Маркузе, К. Менегетті, С. Москвічі, А. Назаретян, Е. Ноель-Нойман, Д. Ольшанський, Х. Ортега-і-Гассет, В. Різун, Д. Рісмен, С. Сігеле, М. Слюсаревський, Г. Тард, Г. Франк, З. Фрейд, Е. Фром, М. Хевеші, Р. Чалдіні, В. Шейнов, К. Юнг та ін.

Ці та інші дослідники феномену масового суспільства ідентифікують сучасність як епоху масифікованого деіндивідуалізованого суспільства, в якому діють універсальні закономірності психології мас (натовпу). Поглиблюють ці процеси на сучасному етапі саме ЗМК. Відомий вітчизняний фахівець з проблем мас-медіа В. Різун зазначає: «...Масова комунікація розглядається як природне середовище масифікації людей, тобто втягування їх у масову культуру через прищеплення певних стереотипів масової поведінки, формування масових настроїв»<sup>21</sup>. Головними сучасними різновидами мас є публіка та масова аудиторія (вияв публіки в дії під час сприймання масової інформації) як об'єкти безпосереднього впливу масової комунікації. Він, зокрема, підкреслює, що розвиток засобів масової інформації замінює натовп природний на натовп штучний, причому відмінність між ними – формальна, в першому – має місце фізичний контакт, у другому – психічний зв'язок<sup>22</sup>. В першому – взаємний вплив забезпечується сенсорним зараженням, у другому – загальність думок та почуттів зумовлюється формою та змістом мас-медійної інформації через механізм так званого інтелектуального зараження<sup>23</sup>.

У цьому контексті слід також згадати скептичні позиції щодо змісту сучасної демократії, яку досить часто звинувачують у значному маніпулятивному потенціалі. Дослідники одноголосно стверджують про цілеспрямоване формування публіки – потенційного електорату за допомогою медіа як об'єктивну необхідність. Так, сучасний американський вчений Р. Ентман, визначає сучасну демократію як демократію без громадян, у якій «замість громадян ми маємо публіку, що формується медіа», та визнає маніпуляції як неминучі явища в ліберальних демократіях<sup>24</sup>. А сучасні зарубіжні дослідники У. Чемінант (W. Cheminant), Д. Періш (J. Parrish) прямо ідентифікують сучасну демократію як маніпульовану<sup>25</sup>.

Проте результат політичного маніпулювання досягається не за рахунок прямого впливу на масового соціально-політичного суб'єкта, а крізь призму ефективності впливу на механізми масової політичної свідомості. Тобто дійсним об'єктом (адресатом) застосування будь-яких політичних маніпулятивних технологій є не соціальні маси, а їх масова політична свідомість. У випадку з інформаційними технологіями, на думку Г. Почепцова, масова свідомість є «універсальним перекладачем», що, реагуючи на інформаційну реальність, переносить цю свою реакцію на істинну реальність<sup>26</sup>. Тобто масова політична свідомість, як «суб'єктивний образ відповідної політичної системи», детермінує, опосередковує та спрямовує політичну поведінку в певному напрямі<sup>27</sup>. Структурно політична свідомість включає такі аспекти: політико-психологічний (настрої, почуття, наміри, установки, мотиви, переконання, воля та ін.); політико-ідеологічний (цінності, ідеали, ідеї, доктрини, погляди, концепції, теорії); політико-дієвий тощо<sup>28</sup>. Саме політико-психологічний рівень політичної свідомості стає первинним рівнем та основою «мішенню» застосування маніпулятивних технологій. Причому вплив здійснюється або на психічні структури, що вже існують, або на такі, що цілеспрямовано виготовляються маніпулятором для досягнення бажаного результату. Російський вчений Є. Доценко виділяє важливу закономірність у цьому контексті, зокрема, «чим ширша аудиторія, на яку слід здійснити вплив, тим універсальніші мають бути використані мішені»<sup>29</sup>. Йдеться про використання політичних архе-

типів, стереотипів, міфів, ритуалів, чуток, штучних імідж-образів – так званих «пусківих механізмів політичного маніпулювання»<sup>30</sup>. Це – універсальні елементи мотивації масового суб'єкта маніпулятивного впливу до бажаної маніпуляторів дії.

Вищезначені особливості якнайкраще виявляють себе на практиці при розгляді механізмів громадської думки як особливого виявлення масової політичної свідомості. Варто також згадати скептичні позиції ряду вчених щодо сутності так званої суспільної/громадської думки. Зокрема, У. Ліппман та його концепція стереотипності громадської думки<sup>31</sup>; тези французьких учених П. Бурдьє<sup>32</sup> та П. Шампань<sup>33</sup>, що громадської думки як такої не існує, вона цілеспрямовано конструюється як артефакт. Системні багаторічні дослідження засвідчують, що громадська думка цілеспрямовано формується крізь призму можливостей мас-медіа впливати на її артикуляцію через лідерів думки (так звана «двоступенева модель комунікації»)<sup>34</sup> та через механізми так званої «спіралі мовчання»<sup>35</sup>; у контексті визначення пунктів «порядку денного»<sup>36</sup>; за умов фільтрування інформації через механізми так званих «воротаря»/«вартового» (гейткіпінгу)<sup>37</sup>, культивуванні<sup>38</sup>, праймінгу<sup>39</sup> та фреймінгу<sup>40</sup> тощо.

Отже, основними векторами концептуалізації поняття «інформаційно-маніпулятивна технологія» на рівні аналізу психологічних закономірностей політичного маніпулювання можна вважати: 1) визнання базовим рівнем спрямованості впливу – первинний (психологічний) рівень масової політичної свідомості; 2) спрямованість на масового суб'єкта провокує до універсалізації технологічних компонентів маніпулювання, зокрема здійснюється опора на так звані «пусківі механізми політичного маніпулювання»; 3) структури так званої громадської думки, як невід'ємний компонент сучасної політики, водночас є найбільш потенційно маніпульованими та схильними до зовнішніх, насамперед, медіа-впливів.

Аналіз сучасних інформаційно-комунікативних вимірів політичного маніпулювання дає підстави стверджувати про сутнісну, змістовну трансформацію даного процесу в контексті інтеграції та подекуди симбіозу з іншими комунікативними практиками (піар, політичне рекламування, іміджмейкінг, спін-докторінг). Маніпулювання перетворюється на універсальну стратегію інформаційно-комунікативної поведінки політичних суб'єктів задля досягнення власних цілей. Саме тому досить важко ідентифікувати та розрізнити маніпулятивні технології комунікації від неманіпулятивних, оскільки в кожній сучасній комунікативній стратегії наявні маніпулятивні елементи. В цілому, інформаційно-комунікативні виміри політичного маніпулювання включають всю багатоманітність факторів та закономірностей впливу на політичну свідомість та поведінку суспільства в контексті застосування потенціалу ЗМК.

Отже, внаслідок проведеного аналізу виявлено декілька важливих аспектів: 1) сучасне дослідження політичного маніпулювання неможливе без врахування та адаптації аспектів теорії політичної комунікативістики, масової комунікації; 2) актуалізовано необхідність нових поглядів та теоретичних обґрунтувань на концептуалізацію сутності політичного маніпулювання як інформаційно-комунікативного процесу, де вагому роль відіграють інформаційні технології, технології мас-медіа; 3) сучасні інформаційно-комунікативні виміри політичного маніпулювання ґрунтуються на впровадженні в політичну практику новітніх інформаційно-маніпулятивних технологій.

У даному дослідженні здійснено спробу впровадити в науковий дискурс поняття «інформаційно-маніпулятивна технологія» як індикатор новітніх вимірів політичного маніпулювання. Окреслено вектори концептуалізації цих феноменів

на рівні універсальних властивостей, виходячи з амбівалентної природи концепту «політична маніпуляція», тобто з його інформаційно-комунікативних та політико-психологічних змістовних характеристик. Проведений аналіз дав змогу визначити поняття «інформаційно-маніпулятивна технологія» у широкому змісті як різновид інформаційно-комунікативної стратегії впливу на політичну свідомість та поведінку громадян, що здійснюється з метою реалізації ефективної комунікації між певними політичними суб'єктами та громадянами. Водночас проблематика даного дослідження є досить складною та суперечливою, тому потребує подальших розвідок та аналізів. Зокрема, важливим завданням є ідентифікація інформаційно-маніпулятивних технологій у поточній політичній практиці та їх систематизація на рівні політичної теорії.

**1.** *Політологічний словник*: Навч. посібник / За ред. М. Ф. Головатого та О. В. Антонока. – К.: МАУП, 2005. – С. 455. **2.** *Louw E. The Media and Political Process.* – London: SAGE Publications Ltd, 2005. – 311 pp.; *Mazzoleni G. Mediatization // Encyclopedia of political communication / edited by L. Lee Kaid, C. Holtz-Bacha.* – Los Angeles: Sage Publications, 2008. – P. 447-448; *Stromback J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics // The International Journal of Press/Politics.* – 2008. – №13. – P. 228-246; *Рибак І. В.* Медіатизація політики як ключовий вектор трансформації легітимісних та делегітимісних практик в Україні // Гілея: науковий вісник / Гол. ред. В. М. Вашкевич. – К.: ВІР УАН, 2011. – Вип. 49. – С. 620-628; *Яковлев Д. В.* Медіатизація політики в умовах становлення демократичного режиму // Вісник СевДТУ. – Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2008. – Вип. 91. – С. 103-105. **3.** *Encyclopedia of political communication / Edited by L. Lee Kaid, C. Holtz-Bacha.* – Los Angeles: Sage Publications, 2008. – P. 445-446. **4.** Там само. – С. 442-443. **5.** Там само. – С. 664. **6.** *Castells M. Communication Power.* – Oxford: Oxford University Press, 2009. – P. 194. **7.** Там само. – С. 204. **8.** *McNair B. An Introduction to Political Communication.* – London: Routledge, 2003. – P. 15. **9.** *Політические коммуникации*: Уч. пособие [Петрунин Ю.Ю. и др.]; Под ред. А.И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 19. **10.** Там само. – С. 20. **11.** Там само. – С. 116. **12.** *Бойко О. Д.* Політичне маніпулювання: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2010. – С. 20-21. **13.** *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – СПб.: Речь, 2003. – С. 55. **14.** Там само. – С. 55. **15.** *Мотузенко Б. І.* Соціокультурні аспекти маніпулятивного впливу: Автореф. дис. ... канд. соціол. наук. – К., 2003. – 17 с. **16.** *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. – М.: Редф-бук, 1999. – С. 11-33. **17.** *Почепцов Г. Г.* Информационно-политические технологии. – М.: Центр, 2003. – С. 63. **18.** *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. – С. 32-33. **19.** *Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / С.А.Макаренко [та ін.].* – К.: Центр вільної преси, 2006. – С. 205. **20.** *Демченко С. В.* Масова комунікація у процесі розбудови громадянського суспільства: історія, теорія, українські реалії: Автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій. – К., 2011. – 34 с. **21.** *Різун В. В.* Маси: Тексти лекцій. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2003. – С. 49. **22.** Там само. – С. 69. **23.** Там само. – С. 69. **24.** *Louw E. The Media and Political Process.* – London: SAGE Publications Ltd, 2005. – P. 32. **25.** *Manipulating democracy: democratic theory, political psychology, and mass media / Edited by W. Le Cheminant, J.M. Parrish.* – New York: Routledge, 2011. – 258 p. **26.** *Почепцов Г. Г.* Информационно-политические технологии. – С. 14. **27.** *Політологічний словник*: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / За ред. М.Ф. Головатого та О.В. Антонока. – С. 595-596. **28.** Там само. – С. 595. **29.** *Доценко Е. Л.* Цит. праця. – С. 101. **30.** *Бойко О. Д.* Цит. праця. – С. 212-239. **31.** *Литтман У.* Общественное мнение / Фонд «Общественное мнение» / Т. В. Барчунова (пер. с англ.). – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – С. 108. **32.** *Бурдьє П.* Общественного мнения не существует // Социология политики / Пер. с фр.; Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко [Електронний ресурс] / П.Бурдьє. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/obshhestvennoe-mnenie-ne-sushhestvuet> **33.** *Шампань П.* Обществен

ное мнение как артефакт // «Делать мнение: новая политическая игра» [Электронный ресурс] / Пер. Н. Г. Осипова [и др.]. – М.: Socio- Logos, 1997. – 335 с. – Режим доступа: [http://scepsis.ru/library/id\\_1096.html#mark4](http://scepsis.ru/library/id_1096.html#mark4) **34.** *Keim C.* Масові комунікації: Підруч. – К.: Києво-Могилянська академія, 2008. – С. 47. **35.** Там само. – С. 53. **36.** Там само. – С. 52-53. **37.** Там само. – С. 48. **38.** Там само. – С. 52. **39.** Там само. – С. 56. **40.** Там само. – С. 54.