

УДК 316.77:32.019.5

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v039.2022.20>**І. В. Пиголенко**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3612-3243>кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри соціологіїНаціонального технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**О. П. Северинчик**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4980-6956>

старший викладач кафедри соціології

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**А. В. Щапова**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6001-7187>

студентка факультету соціології і права

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ВПЛИВ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ

Постановка проблеми. За Ж. Бодріаром, «з приходом ЗМІ, світ стає симулякром, породженим діяльністю ЗМІ» [2]. Засоби масової інформації (ЗМІ) – це особливий вид засобів масової комунікації, якому характерна наявність постійного спеціального апарату планування, відбору, підготовки для поширення інформації та її виробництва. Процес розвитку ЗМІ швидкий, лише протягом останніх трьох десятиліть вони стали такими, якими ми зараз їх бачимо, а не залишились на стадії «недільної газети». Сучасні політичні медіа є формами комунікації, які сприяють виробництву, поширенню та обміну політичним контентом на платформах і в мережах, які забезпечують взаємодію та співпрацю.

Медіа мають широкий вплив на демократичне управління та політичну практику. Вони радикально змінили способи роботи державних інституцій та комунікації політичних лідерів. Вони трансформували політичну систему ЗМІ та перевизначили роль журналістів, а також перевизначили спосіб проведення виборів і те, як громадяни беруть участь у політиці. Технологія «праймінгу» – фокусування мас-медіа на конкретних проблемах впливає на критерії, за якими виборці оцінюють роботу уряду.

Із розвитком інформаційного суспільства стає легше вирішувати практичні завдання та проблеми, які трапляються у повсякденному житті. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології значно посилюють залежність кожного індивіда від достовірності отриманої інформації.

Зазначені технології останнім часом активно застосовуються не лише як ресурс адаптації

людини до суспільно-політичного життя, а й як засіб маніпулювання свідомістю [5, с. 17].

Поява ЗМІ зробила політичну систему більш складною. Застарілі засоби масової інформації, що складаються з усталених медіа-інституцій, що передували Інтернету, таких як газети, радіо-шоу та телевізійні інформаційні програми, співіснують з новими медіа, які є результатом технологічних інновацій.

Теоретичні напрямки досліджень розглядають засоби масової інформації як такі, які призводять до штучної цензури, обмежень в соціальних контактах, нереальних уявлень про світ і т.п. Таким чином, можна вважати, що вплив ЗМІ на аудиторію безпосередній та направлений і пов'язаний із формуванням вже визначених уявлень про політичний процес [15]. У свою чергу, цензура – система нагляду за тим, як розповсюджується інформація і яким є її зміст.

Маніпулювання – приховане управління свідомістю й поведінкою людей, з метою примусити їх діяти (або навпаки – втриматися від будь-яких дій) всупереч власним інтересам, створюючи при цьому ілюзію вільного вибору. Це переважаюча парадигма медіа-ефектів у комунікаційній літературі.

Актуальність досліджуваної тематики, полягає у наступному. В наш час проблема розповсюдження інформації у ЗМІ є досить масштабною та іноді це не є корисним, особливо, якщо питання стосується інформаційних війн. Нові медіа мають потенціал для виконання хрестоматійних функцій. Вони надають безпрецедентний доступ до інформації і можуть охопити навіть незаці-

кавлених членів аудиторії через персоналізовані канали (наприклад, Facebook). Нові медіа можуть сприяти створенню громад, які виходять за межі фізичних кордонів, завдяки своїм широким мережевим можливостям. Наразі, висвітлення політичних подій у традиційних ЗМІ корелює зі зростанням політичної активності серед широких верств населення, однак нові медіа прямо прагнуть безпосередньо залучати громадськість до політичної діяльності, наприклад, до голосування, контактів з державними службовцями, волонтерства у своїх громадах та участі у протестних рухах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика, яка береться до уваги у статті, комплексно висвітлена у працях вітчизняних науковців: Герасимчук С., Городок М., Микитюк Ю., Жаровська І., Калініченко Б., Ортинська Н., Остроухов В., Почепцов Г., Хлівнюк Т., Чеховська М., Шпилик С. та ін. Серед зарубіжних дослідників розглянуті підходи Бріхачек А., Ковачев М., Оуен Д., Штротберг Д та ін.

Метою статті є розгляд ролі засобів масової інформації у політиці, способів управління свідомістю за допомогою мас-медіа та аналіз впливу ЗМІ на формування політичної думки в умовах інформаційної війни.

Викладення основного матеріалу. Інформаційна революція відображає прогрес комп'ютеризації інформаційно-комунікаційних технологій та пов'язаних з ними інновацій в організації та теорії управління. Основні зміни відбуваються в тому, як саме інформація збирається, зберігається, обробляється, передається та представляється перед суспільством. Інформація стає все більш стратегічним ресурсом, який може виявитися цінним і впливовим в інформаційному суспільстві.

Розвиток та прогрес технологічної сфери стали невід'ємною частиною сучасного суспільства, оскільки більша частина діяльності виконується за допомогою різноманітних новітніх засобів. Вони подвоюють ефективність різних процесів і призводять до розповсюдження, так званого, цифрового середовища. Сьогодні навряд чи знайдеться людина, яка ніколи не користувалася тим чи іншим цифровим пристроєм або не досліджувала опосередковані засоби комунікації.

Інформаційна війна, у її найбільшому розумінні, це пряме використання інформації для досягнення певної цілі. Як і дипломатія, економічна конкуренція або використання військової сили, інформація сама по собі є ключовим аспектом національної могутності і, що більш важливо, стає безпосереднім національним ресурсом, який підтримує дипломатію, економічну конкуренцію та ефективно використання збройних сил.

Інформаційну війну в цьому сенсі можна розглядати як конфлікт на суспільному рівні

або між націями, який частково ведеться через Інтернет та взаємопов'язані засоби інформації та комунікації.

Конфлікти є визначними подіями для політичних процесів та їх учасників, тому їх аналіз та висвітлення перетворюються у важливий інструмент впливу ЗМІ. Зі зміною політичної ситуації у країні, змінилися й інформаційні уподобання та потреби. В політичних протистояннях увагу аудиторії привертають ті ЗМІ, які асоціюються з основними суб'єктами політичного конфлікту чи кризи.

За умов становлення інформаційного суспільства, інформаційна війна стає дедалі ефективнішим засобом ведення політичного протистояння, оскільки цей вид війни не потребує людських жертв, надзвичайних матеріальних затрат, як цього вимагає звичайна війна, та є в деякому сенсі більш швидким та прихованим засобом досягнення політичної мети. Перш за все, вирішальним параметром на користь інформаційної війни є відсутність будь-яких санкцій, спроб притягнення до відповідальності та міжнародного тиску. Якщо за ведення агресивної війни на державу можна накласти ряд торговельних, фінансових, економічних і навіть політичних обмежень, а конкретних осіб притягнути до міжнародної кримінальної відповідальності, то за організацію інформаційного протистояння покарати просто неможливо. Це вже питання трансформації міжнародного права щодо відповідної галузі [5, с. 28].

Розвиток глобального інформаційного простору зробив інформацію дієвим владним інструментом та одним із головних чинників управління. Використовуючи методи інформаційної війни, можна змінити того, хто утримує владу, впливати на державний механізм управління країною, спровокувати початок громадянської війни, визначати політику інших країн і т. ін. [5, с. 60].

Отже, в наш час суспільство стикається з великою кількістю інформації, яка впливає на різноманітність думки, бачення ситуацій у світі, цінності, поведінку або навіть спосіб життя.

ЗМІ мають великий вплив і відіграють важливу роль у політичному процесі політичних партій і завдяки своєму великому впливу на людей і завдяки тому, що вони стають невід'ємною частиною життя кожного. Вони як формують, так і деформують погляди громадськості: публіка вірить у те, що їм показують. Все, що говорять ЗМІ, сильно впливає на те, що люди думають про партії, оскільки ЗМІ є найбільшим інструментом для передачі інформації.

Під час процесу політичних комунікацій ЗМІ реалізують такі етапи: перший – комунікатор відбирає і перероблює інформацію; другий – реципієнт отримує та усвідомлює подані данні. Як

відомо, усвідомлення змісту інформації безпосередньо залежить від способу її подання та інтерпретації, яку у неї заклав комунікатор. Іноді через те, що ЗМІ стають упередженими, вони повідомляють дезінформацію, що може спричинити величезну проблему та зашкодити тим чи іншим сторонам.

Способи маніпулювання громадською думкою, як реальна частина зовнішньої і внутрішньої політики держави, повністю спираються на засоби масової інформації, що дозволяють коригувати, регламентувати і проектувати у масовій свідомості громадян певне ставлення до тих чи інших подій, державних намірів і дій.

Крім ідеологічної упередженості, журналісти різних ЗМІ також зберігають такі ж самі погляди, переробляючи складні кампанії та проблеми у спрощені «сценарії». Кампанії висвітлюються так само, як спортивні події, з акцентом на те, хто виграє, хто програє, хто вгорі, хто внизу, як вони рухаються вперед чи залишаються останніми за результатами проведених опитувань.

Мова, якою політики спілкуються з виборцями, має свої особливості. Вона є складовою політичної культури суспільства. У певному сенсі мову політики можна розглядати як природний код політичної культури, причому код, який відкриває доступ чи не до всіх її сфер і пластів. Крім того, мова – це засіб комунікації між лідером та його виборцями. Мова діє певною мірою як сполучна ланка політичного суспільства, як інструмент підтримки необхідного інформаційного рівня суспільства. Тим більше, що мова, як і будь-який інший засіб комунікації, є найпотужнішим знаряддям маніпуляції свідомістю виборців.

У суспільстві співіснують різні політичні мови. При цьому, чим більш диференційоване суспільство в соціальному та політичному відношенні, чим гостріші соціально-політичні протиріччя, тим більше в ньому політичних мов і тим помітніша різниця між останніми. І навпаки, в тоталітарному суспільстві держава прагне нав'язати своїм громадянам якусь єдину, надзвичайно ідеологізовану мову [10, с. 11].

Також, в науковій літературі існують неоднозначні точки зору щодо визначення рівня впливу ЗМІ на формування суспільної думки. Комунікація й інформування можуть носити безпосередній і опосередкований характер. Значного впливу ЗМІ здобувають завдяки своєму місцю в системі соціальної комунікації, відповідно в науковій літературі це питання знайшло відображення в моделях комунікаційного процесу [9, с. 8].

Засоби масової комунікації – це невід'ємна складова частина політики. ЗМІ є видом суспільної діяльності, якому необхідне повне забезпечення специфічними засобами інформаційного

обміну, становленні та підтримки інформаційних зв'язків між її суб'єктами.

Першим варіантом інформаційної війни можна визнати пропаганду. Вся холодна війна базувалася на механізмах пропаганди, бо механізми гарячої війни не застосовувалися. До речі, потреба пропаганди в холодній війні надала суттєвий поштовх розробці теорії комунікації, бо виникла велика кількість суто прикладних завдань у галузі комунікації [12].

Пропаганда (лат. *propaganda* дослівно – «яка підлягає поширенню (віра)», від лат. *propago* – «поширюю») – форма комунікації, спрямована на поширення фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції. Пропаганда зазвичай повторюється та розповсюджується через різні засоби масової інформації, щоб сформувавши обраний результат суспільної думки [8].

Завдяки розсиланням маси інформації, влада чи керуюча процесом особа, формує у суспільстві чи групі людей потрібну точку зору, громадську думку, хід взаємодоповнюючих логічних думок, вичерпну систему поглядів щодо окремих питань на користь організатора інформаційної пропаганди. Як наслідок, відбувається усвідомлення окремих фактів чи подій у потрібному для маніпулятора світлі, формування потрібного світогляду чи життєвої позиції стосовно питань, у яких раніше були протиріччя чи нерозуміння. У випадку відсутності протиріч і наявної сталої системи поглядів, завданням інформаційної війни є породження сумнівів, насівання протиріч та домислів в існуючі переконання. Розвиток людини влаштований так, що людина завжди шукає відповіді про питання, що її турбують, спірні питання, що є невід'ємною рисою безперервних процесів пізнання [12].

Пропаганда використовує ті самі методи (техніки), як і реклама та відносини з громадськістю, кожен з яких можна вважати пропагандою, яка просуває комерційний продукт або впливає на сприйняття організацій, осіб чи брендів. У післявоєнному використанні слово «пропаганда» типове стосується політичного чи націоналістичного використання цих методів або просування сукупності ідей, оскільки термін набув негативного забарвлення. Феномен відкинення спостерігався у політиці через заміни «політичного маркетингу» та інших позначень на «політичну пропаганду» [11, с. 180].

Маніпуляція в політиці має глибокі гносеологічні коріння, оскільки політика – це складна сфера, часто прихована від очей простих людей, вкрай непослідовна і здатна бути фальшивою, аморальною, нечесною тощо. Тому, пересічній людині досить важко зрозуміти політичні події, їх

причини та наслідки. Не випадково багато людей, будучи об'єктом маніпуляцій, не прагнуть звільнитися з цього полону, а задовольняються приблизним судженням про політику одним словом: «приємно» або «не подобається».

Сучасний політичний простір представляє собою досить опосередковані знання про реальність ЗМІ, з яких громадяни беруть свої уявлення про їх діяльність, тому важко відрізнити інформацію від справжнього явища. Це є передумовою політичної маніпуляції як способу прихованого управління політичною свідомістю та поведінкою людей, з метою формування у них необхідних політичних уявлень, готовності до певного типу політичних дій.

Органи політичної влади недемократичних режимів завжди прагнуть тримати народну, соціальну загальність людей в об'єктному стані, використовуючи ЗМІ для «насадження» стереотипів, сприятливих для влади, установок, цілей, ідеалів тощо.

Інформаційна безпека – це різноманітні заходи захисту інформації від сторонніх осіб. Сьогодні кібербезпека все частіше обговорюється на рівні міжнародної політики і, як стимул, так і наслідок, інтегрується в динаміку конкуренції та співпраці великих держав.

Інформаційну безпеку можна розглядати як атрибут інформаційного суспільства, який спрямований на забезпечення певного рівня безпеки в інформаційному суспільстві. Багатогранність інформаційної безпеки та її вплив на різні сфери суспільного життя зумовлює існування чисельних класифікацій видів інформаційної безпеки за різними ознаками. Зокрема, на основі класифікації об'єктів національної безпеки (людина, суспільство, держава) можна виділити відповідні види інформаційної безпеки (інформаційна безпека особи, суспільства та держави).

Існують такі події в кіберконфлікті, які вказують на те, як цифрові технології використовуються в політичних контекстах і як здійснюється зв'язок з державними «акторами»:

- увага переміщується від теоретичних сценаріїв кібератак «судного дня» до реальності стійких (низького рівня) кібероперацій в різних типах конфліктів;

- увага частково перемістилася на цілеспрямовані кібератаки;

- внаслідок зростаючого занепокоєння з приводу дестабілізуючої ролі кібероперації, державні та недержавні суб'єкти активніше шукають шляхи контролю за ризиком ескалації та конфлікту різними засобами і, у той же час, вони подвоюють свої зусилля, щоб визначити свої відповідні ролі та відповідальність на внутрішньому та бюрократичному рівні.

В сучасному світі ЗМІ мають тенденцію до збільшення можливостей впливу на суспільство, активно використовуючи ЗМІ як механізм формування електоральної поведінки та громадської думки. ЗМІ є не тільки каналом поширення інформації, а й посередником в інтерпретації інформації. Суспільство вважає ЗМІ основним каналом комунікації та вірить, що інформаційний простір може бути правдивим.

Якщо ЗМІ будуть переходити від одного каналу інформації до одного джерела інформації, буде виникати монополія на канали інформації, які є значущими для суспільства. Такий процес призводить до залежності влади від засобів масової інформації. Залежно від типу політичної системи, змінюється функціонал роботи ЗМІ. У сучасному світі ЗМІ втратили роль засобу та інструменту влади, перетворившись на системний елемент політики, в якому набули нового інституційного статусу. ЗМІ завжди виступають у ролі «інформатора» для суспільства та передавача вимог до політичної системи [9, с. 14].

Висновки. Для підвищення довіри, основним завданням влади у взаємовідносинах зі ЗМІ має виступати захист інтересів каналів передачі інформації, недопущення їх монополізації, зменшення цензури, підпорядкування засобів масової інформації владі та бізнесу. Люди довіряють прозорості влади і відкритості її діяльності.

Також ЗМІ відіграють величезну роль у політичних конфліктах. Вони є не лише посередниками, а й виконують функції групи підтримки, змінюють розвиток конфліктів на користь тієї чи іншої сторони. У свою чергу, засоби масової інформації не переходять законодавчі рамки.

По-перше, контроль над ЗМІ підвищує політичну звітність, що, як виявляється, покращує політику, із застереженням щодо багатозадачності та стратегічної взаємодоповнюваності. Збільшення активності ЗМІ асоціюється з кращими результатами політики. Наразі існують певні докази того, що медіа-ефекти виникають тому, що ЗМІ передають інформацію виборцям, яка покращує мотивацію та вибір політиків [16, с. 196].

Поведінкові ефекти, що вивчаються в комунікаційній літературі – формування порядку денного, праймінг навряд чи змінять цей загальний висновок. Причина полягає в тому, що висвітлення в ЗМІ в цих моделях викликає спогади про минуле, тим самим збільшуючи загальний доступ до спогадів, таким чином збільшуючи загальний доступ до інформації.

По-друге, одним з негативних ефектів, є багатозадачність: ЗМІ змушують політиків займатися питаннями, які не є найбільш важливими. Потенційні ефекти формування порядку денного та праймінгу, ймовірно, загострюють ці проблеми [16, с. 201].

Ці типи політичних упереджень систематично завдають шкоди виборцям, які не мають доступу до засобів масової інформації, та виборцям, чії проблеми менше висвітлюються, зокрема, меншинам та групам, які переймаються менш важливими з точки зору журналістики питаннями, а також ті, для кого донесення новин є дорогим задоволенням. Цілком ймовірно, що ці упередження будуть негативно впливати на виборців, які не є цінними для рекламодавців.

По-третє, медіа-ефекти, ймовірно, будуть особливо сильними в ситуаціях стратегічної взаємодоповнюваності. Сильний негативний медіа-ефект може виникнути, зокрема, коли є конфлікт інтересів між різними групами суспільства [16, с. 202].

Медіа-політика має врахувати вищезазначені пункти. Для того, щоб збільшити загальне висвітлення політики в ЗМІ, важливо, щоб політика у сфері медіа-конкуренції враховувала відповідність між медіа-ринками та політичними юрисдикціями, які висвітлюють ЗМІ. Важливо усвідомлювати упередженість щодо розподілу аудиторії, яку створюють ЗМІ. Також, не менш важливим, є не допустити, щоб уряди використовували стратегічні зовнішні ефекти для досягнення політичних ефектів, що знижують добробут населення.

На нашу думку, сьогодні, в умовах російсько-української війни інформаційна війна завдає не менших збитків не тільки для нашої держави, але й для всього світового співтовариства. З іншої ж сторони, правильна державна інформаційна кампанія дає можливість посилити позиції країни на міжнародній арені, повернувши увагу до найважливіших питань та зосередивши увагу на обмежені дії насильства та посилення мирних шляхів вирішення конфліктів.

Література

1. Абетка політична. Засоби масової інформації і політика: навчальний посібник / М.Д. Городок та ін. ; за наук. ред. О.В. Радченка. Київ : Вид-во «Березовська», 2016. 48 с.
2. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Пер. з фр. В. Ховхун. Київ : Видавництво Соломії Павличко «ОСНОВИ», 2004. 230 с.
3. Жаровська І., Ортинська Н. Інформаційна війна як сучасне глобалізаційне явище. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Юридичні науки»*. 2020. Т. 7. № 2. С. 56–61 URL: <https://doi.org/10.23939/law2020.26.056>
4. Інформаційна безпека: підручник / В. В. Остроухов та ін. ; під ред. В. В. Остроухова. Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. 412 с.
5. Калініченко Б. М. Роль засобів масової інформації в інформаційній війні: політичні детермінанти

впливу та протидії : дис. ... докт. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2021. 421 с.

6. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. 504 с.

7. Промивання мізків. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BC%D1%96%D0%B7%D0%BA%D1%96%D0%B2#%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96_%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8 (дата звернення: 08.01.2023).

8. Пропаганда. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Пропаганда> (дата звернення: 13.01.2023).

9. Хлівнюк Т. П. Вплив засобів масової інформації на політичний простір сучасної України : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 2008. 16 с.

10. Чеховська М. Реалізація російською федерацією гібридних методів війни проти України та напрями протидії. *Міжнародна науково-практична конференція «Асиметрична війна Росії проти України»*, м. Київ, 26 листопада 2014 р. Київ, 2014. URL: <https://bintel.org.ua/analytics/realizaciya-rf-gibridnix-metodiv-vijni/>

11. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та пр: такі схожі й такі різні. *Галицький економічний вісник*. 2014. Том 47. № 4. С. 178-188. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/47/168.pdf> (дата звернення: 08.01.2023).

12. Яковчук В., Малець Б., Борзов Ю. Інформаційні війни в сучасному світі. URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/7424/1/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D1%96.pdf> (дата звернення: 08.01.2023).

13. Brichacek, A. Six ways the media influence elections. University of Oregon. School of Journalism and Communication. URL: <https://journalism.uoregon.edu/news/six-ways-media-influences-elections> (дата звернення: 08.01.2023).

14. Kovačević, M. Noam Chomsky – «10 strategies of manipulation» by the media. University of Arts, Belgrade, Faculty of Dramatic Arts. URL: <https://parisis.files.wordpress.com/2011/01/noam-chomsky.pdf> (дата звернення: 08.01.2023).

15. Owen, D. The Past Decade and Future of Political Media: The Ascendance of Social Media. Georgetown University, Washington DC, USA. URL: <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-past-decade-and-future-of-political-media-the-ascendance-of-social-media/> (дата звернення: 08.01.2023).

16. Strömberg, D. Media and Politics. *The Annual Review of Economics*. 2015. P. 173–205. URL: <https://kq.freepressunlimited.org/wp-content/uploads/2020/11/Media-and-Politics-Stro%CC%88mberg.pdf> (дата звернення: 08.01.2023).

Анотація

Пиголенко І. В., Северинчик О. П., Шапова А. В.
Вплив ЗМІ на формування політичної свідомості. –
Стаття.

У статті розглядаються політичні медіа як форми комунікації, що сприяють створенню, поширенню та обміну політичним контентом на медійних платформах, в соціальних мережах та забезпечують релевантну взаємодію між різними соціальними групами та суспільством загалом. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології значно посилюють залежність кожного індивіда від достовірності отриманої інформації.

Визначається, що висвітлення політичних подій у традиційних ЗМІ корелює зі зростанням політичної активності серед широких верств населення, однак нові медіа прагнуть безпосередньо залучати громадськість до політичної діяльності, наприклад, до голосування, контактів з державними службовцями, волонтерства у своїх громадах та участі у протестних рухах.

Розглянуто роль ЗМІ в політичних процесах та їх вплив на формування політичної свідомості в умовах інформаційної війни, способи маніпуляції свідомістю за допомогою мас-медіа. Інформаційна війна, у її найбільшому розумінні, це пряме використання інформації для досягнення певної мети. Розглядається важливість інформації в реаліях сучасності, що постає ключовим аспектом національної могутності й, що більш важливо, набуває ваги національного ресурсу, який підтримує дипломатію, економічну конкуренцію та ефективне використання збройних сил.

Робиться висновок, що за умов становлення інформаційного суспільства, інформаційна війна стає дедалі ефективнішим засобом ведення політичного протиборства, оскільки цей вид війни не потребує людських жертв, надзвичайних матеріальних затрат, як цього вимагає звичайна війна, та є в деякому сенсі, більш швидким та дієвим засобом досягнення політичної мети.

Ключові слова: засоби масової інформації, політичні процеси, політична свідомість, інформаційна війна, маніпуляція свідомістю, пропаганда.

Summary

Pygolenko I. V., Severynchuk O. P., Shchapova A. V.
The influence of mass media on the formation of political
consciousness. – Article.

The article examines political media as forms of communication that contribute to the production, distribution and exchange of political content on media platforms, social networks and provide relevant interaction between different social groups and society in general. Modern information and communication technologies significantly increase the dependence of each individual on the reliability of received information.

It is noted that the coverage of political events in traditional media correlates with the growth of political activity among broad segments of the population, but new media directly seek to directly involve the public in political activities, for example, in voting, contacts with public officials, volunteering in their communities and participation in protest movements.

The role of mass media in political processes and their influence on the formation of political consciousness in the conditions of information war, methods of manipulation of consciousness with the help of mass media are considered. Information warfare, in its broadest sense, is the direct use of information to achieve a specific goal. The importance of information in modern realities is considered, which appears as a key aspect of national power and, more importantly, acquires the weight of a national resource that supports diplomacy, economic competition and the effective use of armed forces.

It is concluded that under the conditions of the formation of the information society, information war is becoming an increasingly effective means of conducting political confrontation, since this type of war does not require human sacrifices, extraordinary material costs, as conventional war requires, and is, in some sense, a faster and more effective means achievement of a political goal.

Key words: mass media, political processes, political consciousness, information war, manipulation of consciousness, propaganda.