

2. Про Регламент Верховної Ради України: Закон України від 10.02.2010 URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-17>
3. Кудряченко А.І. Верховна Рада України на шляху утвердження парламентаризму/ *Наукові праці МАУП*, 2003, вип. 5.
4. Про рахункову палату України : Закон України від 11 липня 1996 р. / Відомості Верховної Ради України. 1998 р. № 24. П. 1 ч. 4, ч. 5 ст. 37 : URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/315/96-%D0%B2%D1%80>
5. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням Президента України про офіційне тлумачення положень частини другої статті 90, пункту 8 частини першої статті 106 Конституції України (справа про умови дострокового припинення повноважень Верховної Ради України) від 19 травня 2004 р. № 11-рп / 2004 / Верховна Рада України : URL:<http://zakon.rada.gov.ua>.
6. Словська І. Верховна Рада України як суб'єктконституційно-правової відповідальності/І. Словська//*Право України*. 2011. № 5.
7. Тодика Ю.М. Конституційне право України. Київ, 2002. 457 с.

Редькін Володимир,

старший викладач кафедри конституційного права та прав людини НАВС

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК КАНАЛИ ВПЛИВУ НА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНИ

У сучасному світі, який швидко прямує в напрямі глобалізації, засоби масової інформації (ЗМІ) впевнено посіли чільне місце серед засобів комунікації. З огляду на проблему формування свідомості (під свідомістю автор розуміє стан розумової діяльності, пам'яті, який відображає реакцію нервової системи людини на зовнішні та внутрішні подразники) ЗМІ поступово монополізують зовнішній вектор отримання інформації, витісняючи усталені засоби соціальної комунікації (релігійні та звичаєві). У статті автор розгляне особливості використання ЗМІ з метою маніпулятивного впливу, а також визначить напрями протидії цьому процесу.

Діяльність ЗМІ завжди привертала увагу як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Так, впливу ЗМІ на масову свідомість присвячені праці І.Л. Пенчук [1], М.П. Бабака [2]. Проблему маніпулятивності ЗМІ вивчали О.В. Дмитрук [3], К.О. Данилишина [4], формування міжнародного іміджу України та громадської думки за допомогою ЗМІ - О.В. Бойко [5] та С.М. Городенко [6].

Відповідно до цих, а також власних досліджень автор виокремлює *характерні особливості процесу комунікації за участю ЗМІ*, які дають змогу використовувати медіа для маніпулятивного впливу.

По-перше, вплив ЗМІ має однобічний характер, тобто характер віщання, а не діалогу. У нас є вибір довіряти або не довіряти отриманій інформації, але дискутувати не можемо.

Рубрика "Листи читачів" чи, наприклад, ток-шоу "Свобода слова" Савіка Шустера не виправляють цього недоліку, оскільки учасниками дискусії є лише мізерна частина споживачів інформації. Крім цього, брак місця у друкованих ЗМІ для опублікування усіх листів та місць у телестудії дає змогу редакторам вибирати із маси листів та глядачів шоу лише тих, які відповідають поглядам ЗМІ, що є чудовою передумовою для маніпуляцій.

Теле- та радіоефір передбачає індивідуальне сприйняття однакових фактів аудиторією ЗМІ. Споживач позбавлений можливості дискутувати з "опонентом" і найчастіше сприймає на віру якісно підготовлений авторитетним журналістом матеріал. Обговорення не є публічним у комунікаційному (не юридичному) розумінні - особа отримує інформацію індивідуально. Це однобічний діалог, в якому досвіду, знанням, інтелекту окремої особистості протистоїть "колективний розум" високооплачуваних фахівців (журналістів, соціологів, політологів, психологів) у галузі ЗМІ.

Саме тому (і це є другою характерною особливістю) ЗМІ мають величезний потенціал для переконання аудиторії. Сьогодні інформаційні повідомлення передаються не у вигляді власне фактів, а як остаточні твердження, висновки, аналітичні матеріали. Коли у 30-х роках ХХ ст. у Лондоні та Нью-Йорку вперше вийшла в ефір радіопостановка "Війни світів" Герберта Уелса, у цих містах почалася паніка від "нашестья марсіан". Свідомість конкретної особи безсила перед синергетичним ефектом використання знань експертів, аналітиків ЗМІ. Основну частку відомостей, які формують досвід особи, свого часу було отримано завдяки засобам масової інформації. У результаті відбувається уніфікація та колективізація процесу мислення та виникає феномен "колективної солідарності", коли йдеться про схвалення чи осуд певних подій у суспільстві.

Погодимося із М.Бабаком, що у ЗМІ ніколи не з'являється "просто інформація" – усе це вплив на свідомість із метою створення певного образу особи чи події. Змістом повідомлень масової комунікації охоплюється весь спектр психологічного впливу в діапазоні від інформування й навчання до переконання й навіювання [2].

По-третє, телебачення, радіо, Інтернет мають унікальну можливість синхронного, одночасного поширення інформації. Вони допомагають мільярдам жителів планети не тільки краще пізнати один одного, але й інформувати про одні й ті ж події приблизно в один час. Формуючи нові, часто відірвані від життя міфи та стереотипи, ЗМІ створюють віртуальну реальність, яка одночасно сприймається мільйонами споживачів, а потім поступово перетворюється на реальність фактичну.

По-четверте, ЗМІ поширюють інформацію практично серед всього населення планети. Ефективність використання ЗМІ безпосередньо залежить від кількісних та якісних показників розвитку медіа-сфери. Чим більш розвинутою є інформаційна мережа держави, тим менше залишається можливостей для поширення інформації на користь одного суб'єкта, і, навпаки, при менш розвинутій мережі виникає більше можливостей для її монополізації та подачі у спотвореному або неповному вигляді. Під розвиненістю

інформаційного простору автор розуміє не тільки кількісні показники, наприклад, теле-, радіоточок, користувачів Інтернету, але й альтернативність каналів отримання інформації.

Альтернативні канали інформації повинні мати приблизно однаковий потенціал впливу на громадськість (популярність, рівень довіри тощо). У такому випадку не матиме значення кількість іноземних інформаційних компаній, які працюють на території держави, - їх вплив адекватно урівноважуватиметься діяльністю вітчизняних. І, навпаки, при малопотужних вітчизняних інформаційних ресурсах існує можливість повної інформаційної ізоляції районів чи навіть держав завдяки діяльності іноземних ЗМІ.

Список використаних джерел

1. Пенчук І.Л. Регіональне телебачення і радіомовлення у контексті формування національної свідомості молоді: Автореф. дис. канд. філол. наук / Інститут журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. - К., 2005. - 18 с.

2. Бабак М.П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації: Автореф. Дис.. канд. філол. наук: 10.01.08 [Електронний ресурс] / Інститут журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. - К., 2007. - 20 с.

3. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років): Автореф. дис.. канд. філолог, наук: 10.02.04 – германські мови. - К.: Київський Національний університет ім. Тараса Шевченка. - К., 2006. -19 с.

4. Данилишина К.О. Американський чинник в процесі інформаційної глобалізації: Автореф. дис. канд. політ, наук / Одеська державна юридична академія. - Одеса, 2004. - 20 с. 5.

5. Бойко О.В. Зовнішньополітичний образ України та чинники його формування в друкованих англомовних ЗМІ в умовах трансформації суспільства: Автореф. дис. канд. політ, наук / Інститут політичних етнонаціональних досліджень НАН України. - К., 2001. -18 с.

6. Городенко Л.М. Засоби масової Інформації у контексті громадської думки: формування, функціонування, жанрові прийоми: Автореф. дис.... канд. філол. наук: 10.01.08 [Електронний ресурс] / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики. - К., 2003. -19 с.

Резніченко Анастасія,

студентка 2 курсу ННІЗДН НАВС

Науковий керівник: професор кафедри конституційного права та прав людини НАВС **Солоненко Олег**

ГАРАНТІЇ ПРАВ ЛЮДИНИ

У системі цінностей демократичного суспільства на першому місці стоїть людина. Відтак у сучасних умовах, в зв'язку зі здійсненням кардинальних