

Костянтин Захаренко

Київ

Засоби масової інформації є головними носіями і поширювачами інформації у суспільстві. Їх соціальна роль і значення неоціненні. Вони можуть не тільки сприяти зміцненню інформаційної безпеки, але й спричинювати її занепад. Звертаючи на це увагу, чимало сучасних дослідників пропонують різні засоби обмеження впливу ЗМІ на людину і суспільні процеси. Тим не менше важливими рисами сучасного інформаційного суспільства є його здатність виробляти необхідну для життєдіяльності громадян інформацію та її доступність для всіх членів соціуму. Одночасно таке суспільство розвивається на засадах використання інформаційних технологій, формування електронної демократії, проведення електронних референдумів тощо. Це сприяє посиленню демократичних процесів у державі, зокрема участі громадськості в прийнятті державних рішень і здійсненні впливу на творення державної політики. Винесення інститутів представницької демократії у кібер-простір відбувається під пильним наглядом громадськості та ЗМІ.

Ключові слова: людина, культура, інформація, засоби масової інформації, інформаційне суспільство, електронна демократія, інформаційна безпека.

У постіндустріальному, інформаційному суспільстві, коли інформація та знання стають основними його ресурсами, роль ЗМІ суттєво зростає. Питання про роль ЗМІ в інформаційному суспільстві підіймалось практично усіма теоретиками інформаційного суспільства та його сучасними дослідниками. Зокрема, один із засновників теорії інформаційного суспільства австрійсько-американський економіст Фріц Махлуп у своїй праці «Виробництво та розповсюдження знань у США» (Machlup) [1], яка побачила світ ще у 1962 році, ЗМІ характеризує як один з п'яти секторів «індустрії знань», тобто інформаційної діяльності у суспільстві, наряду із освітою, науковими дослідженнями і розробками, інформаційними технологіями та інформаційними послугами.

Інші теоретики інформаційного суспільства М. Маклюєн, О. Тоффлер, М. Кастельс, Дж. Нейсбіт, Й. Масуда, Т. Фрідман та ін., які у своїх працях вказують на такі важливі риси інформаційного суспільства як доступність необхідної інформації для всіх його членів, здатність суспільства виробляти всю необхідну для його життєдіяльності інформацію, а також забезпечити всіх громадян засобами доступу до цієї інформації, також у підкреслюють зростаючу роль ЗМІ у цих процесах.

В цьому контексті на особливу увагу заслуговує концепція відомого канадського дослідника Маршалла Маклюєна, яка знайшла втілення у працях «Розуміння Медіа: зовнішнє розширення людини» (1964), «ЗМІ і є саме повідомлення. Перелік наслідків» (1967), «Закони медіа» (1988). Досліджуючи три історичні епохи розвитку комунікації (усної комунікації або дописемної культури, писемної комунікації або друкованої культури та електричну або аудіовізуальну епоху), М. Маклюєн вказує, що ЗМІ (передусім електронні) є визначною рисою сучасної аудіовізуальної епохи. Саме вони замінили друковану мову інформації на новій електронно-індустріальній основі, де першочерговим став розвиток природного візуально-слухового сприйняття світу (Maklyuen 2003) [9]. Зупинимось більш детально на деяких положеннях концепції М. Маклюєна, що висвітлені у його праці «Розуміння Медіа: зовнішнє розширення людини» [9] та наочно демонструють роль ЗМІ в інформаційному суспільстві.

По-перше, М. Маклюєн вказує на підвищення ролі самого каналу комунікації, який задає повідомлення. Він зазначає: «Засобом комунікації є повідомлення, оскільки саме засіб комунікації визначає і контролює форму людської асоціації та людської дії» (Maklyuen 2003) [9]. Силу впливу засобу комунікації на свідомість та поведінку людини М. Маклюєн пояснює тим, що засобу комунікації як зміст надається якийсь інший засіб комунікації. Як наслідок, засоби комунікації виявляються розширенням людських органів чуття й жодна людина не в змозі захистити себе від їх впливу.

По-друге, він розглядає світ як одне глобальне село, єдність якого досягається за рахунок ЗМІ. «Після трьох тисяч сторіч наростання спеціалізму та відчуження в

технологічних розширеннях наших тіл, зазначає дослідник, наш світ дякуючи драматичному процесу звернення почав стискуватися. Ущільнений силою електрики наш земний шар тепер – не більш ніж село» (Maklyuen 2003) [9].

По-третє, М. Маклюен запропонував цікавий розподіл на «гарячі» і «холодні» ЗМІ. Гарячі засоби завантажують один орган чуття повністю до міри «високої визначеності» (стану наповненості даними), холодні – через «низку визначеність» (надаючи неповну інформацію) змушують підключати інші органи чуття. Гарячі засоби, залишаючи аудиторії не багато простору для заводнення та завершення, згідно М. Маклюєну, характеризуються низкою мірою участі аудиторії, а холодні – навпаки високою мірою участі аудиторії або добудовування нею відсутнього (Maklyuen 2003) [9]. Чисельними прикладами дослідник демонструє, як гарячі засоби комунікації виштовхують холодні, залишаючи людині все менше простору для самостійних висновків та суджень. Саме тому М. Маклюєн стверджує, що «епоха тривоги та електричних засобів є також епохою несвідомого та апатії, а також усвідомлення несвідомого» (Maklyuen 2003) [9]. Цю тезу дослідник пояснює зростаючою силою суспільної думки, яка транслюється засобами комунікації. Як наслідок «замість буржуазного духу індивідуальної роз'єднаності та індивідуальних точок зору в електричну епоху ми носимо на собі як свою шкіру усе людство» (Maklyuen 2003) [9]. Однак, в епоху електричних засобів, згідно М. Маклюєну, все ж таки є простір для «істини та одкровення». Момент зустрічі засобів комунікації – це момент свободи та визволення з буденного трансю і заціпеніння, які були нав'язані цими засобами нашим органам чуття» (Maklyuen 2003) [9].

Отже, незважаючи на чисельні докази демонізації ЗМІ в аудіовізуальну епоху, висновки М. Маклюєна цілком оптимістичні. Приводом для оптимізму слугує висновок автора про те, що «нова еклектична технологія, виносить назовні миттєву обробку інформації через взаємне зв'язування, яка тривалий час відбувалась всередині нашої нервової системи» (Maklyuen 2003) [9]. ЗМІ відповідно стають насправді масовими не через розмір їхньої аудиторії, а в силу того факту, що в один час кожний стає до них долученим. «Автоматизація, зазначає М. Маклюєн, чинить вплив не лише на виробництво, але й на усі фази споживання і маркетингу, адже у ланцюгу автоматизації споживач стає виробником подібно тому як читач мозаїчної телеграфної преси створює власні новини і навіть сам стає новиною» (Maklyuen 2003) [9]. Відповідно, дякуючи тому, що інформація стає ресурсом, який потенційно стає доступним усім, перспективи людства залежать від нього самого. Децентралізація та багатоманітність, які привносить аудіовізуальна епоха, таким чином здатна зробити людину творцем свого майбутнього. Свою епохальну працю М. Маклюєн завершує тезою: «Паніка навколо автоматизації як загрози одноманітності у світовому масштабі – це проекція у майбутнє механічної стандартизації та спеціалізму, час яких уже минув» (Maklyuen 2003) [12].

Розуміння ролі медіа у інформаційному суспільстві дещо трансформується у працях відомого американського футуролога Елвіна Тоффлера «Шок майбутнього» (1970), «Третя хвиля» (1980) та «Метафорози влади» (1990). У цих працях він розмірковує про роль ЗМІ в інформаційному суспільстві через пояснення різниці між медіа «трьох хвиль». За логікою Е. Тоффлера, в аграрних суспільствах Першої хвилі, коли переважна більшість комунікацій здійснюється всередині маленьких груп людей, що спілкуються особисто, передаючи повідомлення один одному, єдиним способом передачі повідомлення великій аудиторії було зібрати разом велику кількість людей. Тобто, натовп людей, за Тоффлером, являв собою перший засіб масової інформації. Система виробництва Другої хвилі, заснована на фабричному масовому виробництві, потребувала посилення комунікації на великих відстанях й зумовила появу традиційних у нашому розумінні ЗМІ. Відповідно газети, журнали, кінофільми, радіо і телебачення, що здатні одночасно передати одне і те ж повідомлення мільйонам людей, стали основними знаряддями масовізації в індустріальних суспільствах. Система Третьої хвилі відображає, за Е. Тоффлером, потреби в економіці постмасового виробництва. Подібно самим пізнім підприємствам з «гнучким виробництвом», вона виготовляє свою образну продукцію за спеціальними замовленнями і розсилає різні образи, ідеї і символи групам населення, підібраним за певною спільною ознакою. Ця нова вельми висока ступінь різноманітності повідомлень та ЗМІ необхідна, тому що нова система створення матеріальних благ вимагає набагато більш гетерогенної робочої сили та населення. Демасифікація, поява якої було

передбачена в книзі Е. Тоффлера «Шок майбутнього» і детально розглянута в «Третій хвилі», стала, таким чином, ключовою характеристикою нової системи ЗМІ (Toffler 2001) [13].

Основний напрямок змін у мас-медіа, зазначає Е. Тоффлер, принаймні з 1970 р, коли в книзі «Шок майбутнього» була передбачена майбутня демасифікація ефіру, полягає в поділі масової аудиторії на сегменти і підгрупи, кожна з яких отримує свою конфігурацію програм і повідомлень. Поряд з цим відбувається величезна експансія образів, що передаються телебаченням у формі новин і різних розважальних програм (Toffler 2001) [13]. Саме тому Е. Тоффлер пророкував, що на зміну ширококомовним телевізійним та радіомережам придуть нові станції мережного мовлення, що колосально збільшать можливість вибору. Свої прогнози Е. Тоффлер супроводжував ілюстраціями прикладів подібних тенденцій у США та Європі.

Окреслені зміни за переконанням Е. Тоффлера суттєвим чином порушують владу ЗМІ, що утвердилась у індустріальному суспільстві. «Найсильніший в вплив ЗМІ надавали тоді, коли було всього лише кілька каналів, коли було мало різних ширококомовних компаній, і тому у глядачів і слухачів було мало можливостей вибору. Але в майбутньому нас очікує прямо протилежна ситуація. У той час як зміст кожної окремої програми може бути добрим чи поганим, найважливіше в новому «змісті» - це величезна різноманітність» (Toffler 2001) [13], зазначає Е. Тоффлер. Окрім того, перехід від мас медіа з малим вибором до мас медіа з величезним вибором має не тільки культурне, але й політичне значення. Уряди високорозвинених країн стоять обличчям до майбутнього, в якому їх народи зовсім не будуть задовольнятися поодинокими відомостями, повторюваними в унісон декількома станціями, які належать магнатам мас медіа; навпаки, вони з усіх боків потраплять під обстріл різноманітної, часто суперечливої інформації, що виготовлена за спеціальним замовленням. У цих нових умовах стара «політика мобілізації мас» і «інженерія консенсусу» стають важко здійсненними.

Разом з тим, Е. Тоффлер вказує ще на одну тенденцію - злиття засобів масової інформації. «На відміну від ЗМІ періоду Другої хвилі, коли кожне з них діяло більш-менш незалежно один від одного, нові ЗМІ найтіснішим чином пов'язані і злиті один з одним, поставляючи дані, образи і символи туди і сюди, від одного до іншого. Саме ця висока ступінь проникнення один в одного і перетворює індивідуальні ЗМІ в якусь систему. Разом з процесом глобалізації це зменшує значення кожного окремого засобу інформації, каналу, публікації або технології. У той же час це наділяє ЗМІ як ціле неймовірно великою владою, яка пронизує всю нашу планету. Тому те, що насправді «працює», - це не «Відеократія», а злиття воедино всіх ЗМІ «media-fusion» (Toffler 2001) [13].

До феномену «злиття» («fusion») Е. Тоффлер додає феномен «поширення» («diffusion»), бо ніяка частина світу не може сьогодні бути відрізана від решти. Інформація проникає через самі щільно закриті кордони. Отже, ЗМІ доходить висновку Е. Тоффлер за теперішніх часів стають ключовою складовою революційних стратегій, підтверджуючи дану тезу чисельними прикладами мобілізації через ЗМІ.

Один з найбільш пізніх теоретиків інформаційного суспільства іспанський соціолог пост-марксист Мануель Кастельс, наслідуючи окремі ідеї Е. Тоффлера у праці «Інформаційна епоха: економіка, культура, суспільства» (1996), характеризує роль ЗМІ у інформаційному суспільстві апелює категоріями «культура ЗМІ» та «культура реальної віртуальності». Спостерігаючи реальні зміни інформаційної епохи, М. Кастельс зазначає: «Система ЗМІ втілила більшість рис, про які писав Маклюєн на початку 1960-х років, - вона стала «галактикою Маклюєна». Однак той факт, що аудиторія - не пасивний об'єкт, але інтерактивний суб'єкт, відкрив шлях до диференціації аудиторії і з того моменту як технологія, корпорації та інститути дозволили такі кроки, - до наступної трансформації ЗМІ в сторону сегментації, «роботи на замовлення», індивідуалізації» (Kastels 2001) [8].

Услід за Е. Тоффлером М. Кастельс, стверджує, що протягом 1980-х років нові технології перетворили світ ЗМІ. При цьому «самою вирішальною подією стало збільшення числа телевізійних каналів, що веде до їх зростаючої диверсифікації. Розвиток кабельного телебачення, що підштовхувалося в 1990-х роках волоконної оптикою і цифровою технологією, поряд з розвитком прямого супутникового мовлення надзвичайно розширили спектр передач і обмежили структури влади по частині

державного контролю комунікацій взагалі і телебачення зокрема» (Kastels 2001) [8]. Однак через контроль з боку корпорацій та інститутів диверсифікація ЗМІ не перетворила односпрямовану логіку їх мовлення і не дозволила встановити справжній зворотній зв'язок. Хоча аудиторія отримувала все більше і більше різноманітного інформаційної сировини, з якої кожна людина могла конструювати власний образ всесвіту, «галактика Маклюєна» була світом односпрямованої комунікації, а не взаємодії. Лише з появою комп'ютерів, а потім Інтернету, зазначає М. Кастельс, «аудиторія змогла сказати своє слово» (Kastels 2001) [8]. Незважаючи на всі спроби регулювати, приватизувати і комерціалізувати Інтернет, мережі комп'ютерних комунікацій характеризуються найширшим розповсюдженням, багатосторонньою децентралізацією і гнучкістю. На відміну від ЗМІ в «галактиці Маклюєна», в них технологічно і культурно вбудовані властивості інтерактивності та індивідуалізації (Kastels 2001) [8].

Чимало сучасних дослідників розвивають цю тезу М. Кастельса, порівнюючи переваги Інтернету з традиційними ЗМІ. Зокрема, основними перевагами, які вирізняють Інтернет, науковці і практики у сфері журналістики визначають такі: (Karпова 2011) [7]; (Aleshyna 1997) [2]; (Balynskyy 2011) [3]:

- мультимедійність (Інтернет об'єднує візуальні, звукові, друковані та відеоаспекти традиційних ЗМІ);

- інтерактивність (Інтернет пропонує діалог, так званий зворотний зв'язок – feedback, а не монолог, який характерний для традиційних медіа; зворотний зв'язок, діалог між великою кількістю користувачів можливий через електронну пошту, форуми, чати, веб-конференції);

- персоналізація (Інтернет забезпечує необхідною інформацією на будь-якому рівні зацікавлених у ній індивідів чи групи людей);

- відсутність посередників (Інтернет надає можливість владі прямого доступу до населення, населенню – до влади без втручання і маніпулювання з боку ЗМІ);

- позагеографічність або позапросторовість Інтернету, яка дає змогу користувачеві уникати маніпуляцій, характерних для традиційних медіа, та формує можливість спротиву індоктринованому дискурсові.

Усі ці переваги нових засобів комунікації сприяють розвитку демократичного мислення. Не випадково саме теоретики інформаційного суспільства стали засновниками концепцій комунікативної, теле- і кібердемократії, й нарешті електронної демократії. В основі теорії кібердемократії лежить уявлення про формування кіберпростору як світу інтерактивної взаємодії громадян, громадських організацій, органів влади. Відповідно до цієї теорії, утворення кіберпростору неминуче здійснить значний вплив на сучасний політичний процес, створюючи умови для появи принципово нових форм демократії (Rudenko 2006) [12]. Передбачається, що в «електронній демократії» громадяни мають грати роль політично активних громадян.

У теперішній політичній практиці суть електронної демократії зводиться до використання інформаційних технологій з метою посилення демократичних процесів у державі, передусім участі громадськості у прийнятті державних рішень та здійснення впливу на творення державної політики. За великим рахунком термін «електронна демократія» характеризує саме технічні аспекти взаємодії між громадянами, структурами громадянського суспільства та інститутами влади. Вона виявляється у застосуванні ІКТ у електоральному процесі, проведенні електронних референдумів, забезпеченні доступу до інформації та консультуванні населення. Фактично йдеться про певну форму винесення інститутів представницької демократії у кібер-простір.

Окрім того, зазначає Т. Авксентьєва, сучасні інформаційні технології відкривають можливості утвердження деліберативної демократії (тобто демократії обговорення) (Avksentyeva 2013) [1], адже вони: створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади та послаблюють інформаційну залежність суспільства від традиційних медіа, які редагують інформацію відповідно до своєї мети, а отже, до розширення діапазону доступних для громадян думок.

Навіть у разі скептичного сприйняття моделей деліберативної та електронної демократії, можна погодитися із твердженням Г. Вайнштейна, що інформаційні технології «розширюють можливості взаємодії громадян і урядових органів, що, революціонізуючи систему зв'язків між суспільством і владою, і роблячи більш чутним

голос звичайних людей, змінює саму тканину демократичного процесу» (Vaynshteyn 2003) [4].

Однак, як й будь-які процеси, що відбуваються у світі, впливи нових засобів комунікації на суспільний розвиток мають зворотній бік. Зокрема, той же М. Кастельс один з перших вказує на нього вводячи категорію «культура реальної віртуальності», що виникає як результат перетворення комунікаційної системи. Реальну віртуальність М. Кастельс розуміє як «систему, в якій сама реальність (тобто матеріальне / символічне існування людей) повністю занурена у віртуальні образи, у вигаданий світ, світ, в якому зовнішні відображення знаходяться не просто на екрані, через який передається досвід, але самі стають досвідом» (Kastels 2000) [8].

Культура реальної віртуальності знаходить відбиття у політичному процесі. Сучасні дослідники часто стверджують: політика «медіатизується», політичний простір «віртуалізується». Медіатизація політики має такі негативні наслідки як: зміна системи представництва громадянських інтересів відповідно до медійного формату; перетворення політики у медіа процес та створення політичної та медійної «гіперреальності», що, у свою чергу, породжує феномен медіакратії (Yakovlev 2008) [14].

Віртуалізація політичного простору виявляється у переплетінні реальності з вигаданими подіями, що підриває основи раціональної політичної орієнтації, породжує у людини елементи скепсису та іронії. У політичній культурі інформаційного суспільства, на думку А. Дернера, складається «культура політичної розваги», яка через утворений нею утопічний світ дає користувачам ЗМІ та ІКТ спрощене розуміння, інтерпретацію та осмислення політичної реальності (Derne 2001) [6]. Безумовно, спрощення є фактором, який полегшує управління політичною активністю людей: штучно конструюються реакції на політичні події, люди, не усвідомлюючи своїх справжніх інтересів залучаються у кимось сконструйовані політичні акції.

Прогнози та ідеї цитованих вище провідних теоретиків інформаційного суспільства, а також наукові розвідки їх чисельних послідовників в усіх кінцях світу дозволяють виокремити деякі спільні характеристики реальності масових комунікацій, що притаманні сучасній епосі:

- глобалізація та взаємозалежність інформаційного простору;
- зростання доступності двостороннього та багатостороннього обміну інформацією, що зумовлює перехід від моноцентричної моделі традиційних ЗМІ до поліцентричної;
- швидке зростання кількості та спектру нових ЗМІ, а також їх можливостей;
- посилення персоналізації інформації, збільшення швидкості, адресності та масштабу її поширення;
- віртуалізація соціальної реальності через ЗМІ;
- зростання маніпулятивних та мобілізаційних можливостей ЗМІ.

Отже, ЗМІ є найважливішим компонентом життя людини в інформаційному суспільстві, який чинить вплив на усі сфери нашого життя. Однак, як зазначено у рекомендаціях Парламентської асамблеї Ради Європи, «було б неправильно, виходячи з важливості цієї ролі, зробити висновок про те, що ЗМІ дійсно репрезентують громадську думку, або про те, що вони мають взяти на себе конкретні функції органів державної влади чи її установ освітнього або культурного характеру. Це призвело б до перетворення ЗМІ на владу або антивладу (медіократію). Робота, яку виконують ЗМІ, це одна з форм посередництва й надання інформаційних послуг, а права, які мають ЗМІ в зв'язку зі свободою інформації, залежать від одержувачів (цих послуг), тобто громадян». Саме ці обставини зумовлюють потребу в контролі за діяльністю ЗМІ з боку суспільства і держави й запровадження в більшості країн світу державної інформаційної політики.

Література:

1. Авксентьева Т. Г. Політика і влада в інформаційну епоху: український контекст : монографія / Т. Г. Авксентьева. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 324 с.
2. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров / И. В. Алешина. – М. : Гном-Пресс, 1997. – 255 с.
3. Балинський І. Політичні комунікації в УАНЕТі / І. Балинський // Теле та радіожурналістика. – 2011. – № 10. – С. 137-141.

4. Вайнштейн Г. Мир в начале тысячелетия. Информационная революция и демократия: ожидания, реальность, перспективы / Г. Вайнштейн // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2003. – № 7. – С. 13-21.
5. Денисюк С. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія/ С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 276 с.
6. Дернер А. Политика как развлекательный жанр / А. Дернер // *Государственная информационная политика: Реферативный бюллетень*. – 2001. – № 3 (39). – С. 29-35.
7. Карпова М. К. Социология массовой коммуникации : учебно-методическое пособие / М. К. Карпова, И. Н. Столяров. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2011. – 128 с.
8. Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура : пер. с англ. под научн. ред. О. И. Шкаратана / М. Кастельс. – М. : ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.
9. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешнее расширение человека / Пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова / М. Маклюэн. – М.-Жуковский : «Какон –пресс-Ц»; «Кучково поле», 2003. – 464 с.
10. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. – М.: Прогресс, 1966. – 462 с.
11. Рада Європи. Парламентська асамблея. Резолюція 1003 (1993) Про етичні принципи журналістики. // Стандарти Ради Європи у сфері медіа: Законодавчий бюлетень. – К., 2005. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.archives.gov.ua/International/R_E_final.pdf
12. Руденко В. Н. Новые Афины, или электронная республика. О перспективах развития прямой демократии в современном обществе / В. Н. Руденко // *ПОЛИС*. – 2006. – № 4. – С. 7–16.
13. Тоффлер Е. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI в. / Э. Тоффлер; [Пер. с англ. Белокосков В. В. и др.]. – М. : АСТ, 2001. – 670 с.
14. Яковлев В. Д. Медіатизація політики в умовах становлення демократичного режиму / В. Д. Яковлев // *Вісник СевДТУ*. Вип. 91: Політологія: зб. наук. пр. – 2008. – С. 103-105.

References:

1. Avksentyeva T. H. Polityka i vlada v informatsiynu epokhu: ukrayinskyy kontekst : monohrafiya / T. H. Avksentyeva. – X. : KhNU imeni V. N. Karazina, 2013. – 324 s.
2. Aleshyna Y. V. Pablyk ryleyshnz dlya menedzherov y marketerov / Y. V. Aleshyna. – M. : Hnom-Press, 1997. – 255 s
3. Balynskyy I. Politychni komunikatsiyi v UANETi / Ihor Balynskyy // *Tele ta radiozhurnalistyka*. – 2011. – # 10. – S. 137-141.
4. Vaynshteyn H. Myr v nachale tysyacheletyya. Ynformatsyonnaya revolyutsyya y demokratyya: ozhydannya, real'nost', perspektyvy / H. Vaynshteyn // *Myrovaya ekonomyka y mezhdunarodnye otnoshenyya*. – 2003. – # 7. – S. 13-21.
5. Denysyuk S. Tekhnolohichni vymiry politychnoyi komunikatsiyi : monohrafiya / S. H. Denysyuk. – Vinnytsya : VNTU, 2010. – 276 s.
6. Derner A. Polytyka kak razvlekatel'nyy zhanr/ A. Derner // *Hosudarstvennaya ynformatsyonnaya polytyka: Referatyvnyy byulleten'*. – 2001. – # 3 (39). – S. 29-35.
7. Karpova M. K. Sotsyolohyya massovoy kommunykatsyy : uchebno-metodycheskoe posobyе / M. K. Karpova, Y. N. Stolyarov. – Penza: Yzd-vo PHU, 2011. – 128 s.
8. Kastels M. Ynformatsyonnaya epokha : ekonomyka, obshchestvo y kultura : per. s anhl. pod nauchn. red. O. Y. Shkaratana / M. Kastels. – M. : HU-VShE, 2000. – 608 s.
9. Maklyuen M. Ponymanye Medya: Vneshnee rasshyrenye cheloveka / Per. s anh. V. Nykolaeva; zakl. st. M. Vavylova / M. Maklyuen. – M.-Zhukovskyy : «Kakon –press-Ts»; «Kuchkovo pole», 2003. – 464 s.
10. Makhlyup F. Proyzvodstvo y rasprostraneniye znanyu v SShA. – M.: Prohress, 1966. – 462 s.
11. Rada Yevropy. Parlament•s'ka asambleya. Rezolyutsiya 1003 (1993) Pro etychni pryntsyпы zhurnalistyky. // Standarty Rady Yevropyu sferi media: Zakonodavchyy byulleten'. – K., 2005. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://www.archives.gov.ua/International/R_E_final.pdf

12. Rudenko V. N. Novye Afyny, yly elektronnaya respublyka. O perspektyvakh razvytyya pryamoy demokratyy v sovremennom obshchestve / V. N. Rudenko // POLYS. – 2006. – # 4. – S. 7–16.

13. Toffler E. Metamorfozy vlasty: znanye, bohat•stvo y syla na porohe KhKhI v. / Э. Тoffler; [Per. s anhl. Belokoskov V.V. y dr.]. – М. : AST, 2001. – 670 s.

14. Yakovlev V. D. Mediatyzatsiya polityky v umovakh stanovlennya demokratychnoho rehymu / V. D. Yakovlev // Visnyk SevDTU. Vyp. 91: Politolohiya: zb. nauk. pr. – 2008. – S. 103-105.

Средства массовой информации являются главными носителями и распространителями информации в обществе. Их социальная роль и значение неоценимы. Они могут не только способствовать укреплению информационной безопасности, но и вызывать ее упадок. Обращая на это внимание, немало современных [исследователей предлагают разные средства ограничения влияния СМИ на человека и общественные процессы. Тем не менее важными чертами современного информационного общества является его способность производить необходимую для жизнедеятельности граждан информацию и ее доступность для всех членов социума. Одновременно такое общество развивается на принципах использования информационных технологий, формирования электронной демократии, проведения электронных референдумов и тому подобное. Это способствует усилению демократических процессов в государстве, в частности участию общественности в принятии государственных решений и осуществлении влияния на создание государственной политики. Вынесение институтов представительской демократии в кибер-пространство происходит под пристальным надзором общественности и СМИ.

Ключевые слова: человек, культура, информация, средства массовой информации, информационное общество, электронная демократия, информационная безопасность.

The media are the main carriers and spreaders of information in society. Their social role and importance invaluable. They can not only help to strengthen information security, but also the cause of its decline. By paying attention to it, many modern researchers propose different means of limiting the influence of media on human and social processes. Nevertheless, important features of the modern information society is its ability to produce the necessary information for the life of the citizens and its accessibility for all members of society. At the same time developing a society based on the use of information technology, the formation of e-democracy, so the electronic referendums. This contributes to strengthening of democratic processes in the country, including public participation in decision-making and influence the creation of public policy. Removal of the institutions of representative democracy in cyber-space is under the watchful eye of the public and the media.

Key words: people, culture, information, media, information society, e-democracy, information security.