

УДК 316.477:004]-047.64:321.7] (477)
DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.2>

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ПОЛІТИКА: ЕВОЛЮЦІЯ КОНТРОЛЮ Й ДЕМОКРАТІЇ

Вікторія Даценко

*Черкаський державний технологічний університет,
факультет гуманітарних технологій, кафедра філософських і політичних наук
бул. Шевченка, 460, 18006, м. Черкаси, Україна*

Статтю присвячено дослідженню історичного розвитку засобів масової інформації як ключового інструменту політичного впливу та формування громадської думки. Засоби масової інформації завжди відігравали ключову роль у формуванні політичної свідомості суспільства. Проаналізовано історичну еволюцію медіа як інструменту політичної комунікації, починаючи від Середньовіччя до сучасної епохи. На початку XIII–XVIII століть, коли раціоналізм почав домінувати над віруваннями, громадянське суспільство почало формуватися, відходячи від абсолютизму. В середньовічній Європі, де абсолютні монархи контролювали комунікацію, і в сучасних демократичних суспільствах, медіа завжди були полем боротьби за владу. Показано, як упродовж століть змінювався характер контролю над інформацією: від абсолютистських режимів до капіталістичних та елітарних структур, які маніпулюють суспільною свідомістю. Цей процес призвів до занепаду абсолютної влади та утвердження громадських інститутів, що сприяло розвитку демократії. Водночас з появою капіталізму та міжнародної торгівлі зростає потреба в точній інформації, що сприяло розвитку медіа. Однак поступово влада над інформаційними ресурсами перейшла до рук еліт, що контролювали її зміст, формуючи хибну свідомість у громадян. Цензура і маніпуляції обмежували доступ до правдивої інформації, перетворюючи медіа з інструменту визволення в засіб контролю. Особлива увага приділяється ідеям Юргена Габермаса про публічну сферу, ролі преси у демократизації суспільства, а також викликам, які стоять перед сучасними медіа у зв'язку з комерціалізацією та інформаційним перевантаженням. Означено проблему формування хибної свідомості та загрози для демократії, яку несе приватний контроль над медіа. У сучасному світі комерціалізація інформації призвела до подальшого спотворення демократії, створивши загрозу для громадянського суспільства. Незважаючи на це, засоби масової інформації мають потенціал стати важливим інструментом демократизації та формування критичного мислення у громадян, якщо їм вдасться зберегти незалежність від впливу правлячих еліт.

Ключові слова: засоби масової інформації, контроль над медіа, демократія, цензура, політична комунікація, громадянське суспільство, абсолютизм, Юрген Габермас.

Постановка проблеми. З метою інформування населення про ті чи інші події, що відбуваються як на локальному так і на глобальному рівнях використовуються засоби масової інформації. Для передачі інформації вони використовують різні канали. Це може бути радіо, телебачення, друковані видання, інтернет тощо, або їхні комбінації.

В сучасному світі засоби масової інформації часто є інструментами влади і використовуються для впливу на громадськість. З метою навіювання хибної інформації, введення людей в оману та маніпулювання масовою свідомістю вони публікують свідомо неправдиву інформацію, нехтуючи при цьому достовірністю джерел, і таким чином схиляють людей до поглядів, які в даний час є вигідними владі.

Як свідчить історія пропаганда, тобто поширення в засобах масової інформації хибних ідеалів та цінностей з метою формування масової свідомості, може призвести зокрема до таких негативних наслідків як збройний конфлікт або війна.

Отже, дослідження поширення пропаганди за допомогою засобів масової інформації та її здатності впливати та формувати масову свідомість в контексті сучасної російсько-української війни є досить актуальним.

Аналіз досліджень та публікацій. Останніми роками питання співвідносин між пропагандою та поширенням її через засоби масової інформації неодноразово ставали предметом соціально-політичних, соціологічних і соціально-філософських досліджень. Основними *інформаційними джерелами* для дослідження еволюції пропаганди виступили твори класиків філософської та наукової думки Платона, Аристотеля, Волтера Липмана, Гарольда Ласвела, Олівера Томсона, Едварда Бернейса, Хосе Ортеги-і-Гассета [5], Макса Горкхаймера, Теодора Адорно, Еріха Фромма [11] та інших.

Для аналізу поширення пропаганди у засобах масової інформації, її вплив на масову свідомість та методів боротьби з нею були використані праці Дмитра Павлова [6, 7], Михайла Требіна [18], Таїсії Чернишової, Юргена Габермаса [2], Френсіса Фукуями [13], Ноама Чомські [12], Скотта Бродо та інших.

Мета статті. Мета цієї статті полягає у дослідженні ролі засобів масової інформації у формуванні громадської думки та впливу на політичні процеси.

Виклад основного матеріалу. З самого початку своєї появи засоби масової інформації були сферою, де кожен окремий індивід зустрічається з політикою. Вони були підґрунтям як для навчання, так і для формування громадської думки. З цієї причини групи людей, які прагнуть до влади та контролю над масами, також прагнуть заволодіти цим найпотужнішим інструментом впливу. У зв'язку з цим існує небезпека того, що контроль над медіа стане інструментом домінування цих груп в публічній сфері. В результаті таке панування може призвести до загибелі справжнього демократичного суспільства.

З XIII по XVIII століття відбулася раціоналізація всесвітньо-історичного процесу і розум став переважали над віруваннями. Вважається, що саме в цей час громадянське суспільство остаточно прокинулося від глибокого метафізичного сну абсолютизму та церковного догматизму. Розпочинається занепад влади, яка набула абсолютного контролю над людьми. І, як зазначає Ю. Габермас, внаслідок знеособлення державної влади виникає громадянське суспільство. У феодальному суспільстві доби Середньовіччя король разом зі своїми феодалами на публіці представляли себе тими, хто має вищу владу. А з владою зазвичай пов'язані «такі слова, як величність, велич, ... слава, гідність і честь» [2, с. 50]. Однак така публічна демонстрація високої влади не була частиною життя простих людей. Габермас продовжує: «Представництво, як-от у сенсі репрезентації нації... не має нічого спільного з тією репрезентативною відкритістю, яка стосується конкретної екзистенції володаря і надає «аури» його авторитетові. Коли правитель країни, сюзерен, збирає докруг себе світських і духовних владик, прелатів і муніципалів... тоді не йдеться про зібрання делегованих, котрі репрезентують когось іншого. Допоки князь і його васали «суть» державою, замість щоб просто бути її представниками, ... репрезентують вони свою владу не в ім'я народу, а «перед» народом» [2, с. 50–51]. Все, що не вписувалося у визначення помісного володаря, не могло бути публічним. Публічні виступи були прерогативою принцес і лицарів, тоді як прості селяни та міські купці виключали себе зі справ держави, залишаючись пасивними глядачами.

Нова форма громадянської відкритості, вийшовши з ранньо-капіталістичної аристократичної культури Північної Італії, формувалася спочатку у Флоренції, а потім у Франції та Великій Британії [2, с. 52]. Ранні форми європейського капіталізму XIII століття проклали шлях до появи буржуазних капіталістичних суспільств XVII століття й пізніше. В цей період «громадянська відкритість» високого Середньовіччя зазнала радикальних

трансформацій від ексклюзивного й абсолютистського уявлення про вищу владу, втілену в короні, до публічного представництва, яке гарантується здоровим глуздом і віддає перевагу кращим аргументам. Влада в цьому сенсі не є функцією статусу; натомість її отожднюють із суверенним характером народу в публічній сфері.

Зародження фінансового та торгового капіталізму у Європі на початку XVIII століття не лише сприяв зародженню нового суспільного ладу, але й дозволив зрештою запровадити міжнародний товарообіг та обмін інформацією [2, с. 58]. Подібно до того, як ранній розвиток публічної сфери обмежувався освіченою буржуазією та капіталістами, доступ до інформації також був обмежений нечисленною елітою. Розширення доступу до інформації співпадає з розвитком міжнародної торгівлі. Ю. Габермас зазначає, що обмін інформацією стає схожим на обмін товарами. «Орієнтовані на ринок купецькі обрахунки з розширення торгівлі потребували частішої та точнішої інформації про відділені в просторі події...» [2, с. 59]. Потреба в точних і нових відомостях з далеких країн для торгівлі та безпеки спонукала купців монополізувати поширення інформації. «Великі торгові міста – це одночасно й центри обміну новинами. І перманентність цього обміну стає нагальною потребою відповідно до того, як стає перманентним обіг товарів та цінних паперів» [2, с. 59]. Однак під невпинним контролем промисловості за підтримки державної цензури інформація, яку отримували пересічні громадяни (купці, ремісники, селяни), була фрагментарною та прискіпливо перевірялася. Держава та еліти були не зацікавлені в тому, щоб дозволити поширення новин, які зрештою служили їхнім інтересам у розширенні ринку та укріпленні влади в політиці. «... новини самі собою стають товаром. Адже професійне укладання повідомлень підпадає під ті самі закони ринку, появі якого воно взагалі завдячує власним існуванням» [2, с. 65].

Необхідною умовою для розвитку людської цивілізації є розширення спілкування. Комунікація, яка лежить в основі будь-якого процвітаючого суспільства, дозволяє державним інститутам утримувати владу над людьми. Наприклад, в період Середньовіччя церква утримувала владу над людьми за допомогою Святого Письма та проповідей. Але на початку XV століття було винайдено друкарський верстат і це стривожило представників влади. Вони сприйняли появу вільної преси як загрозу своєму абсолютному пануванню над знаннями й поглядами людей. Згодом заяви для преси та інформаційні бюлетені, в яких висловлювалися ідеї, що загрожували державній владі, піддавалися цензурі офіційних цензурних комісій. «... в приватних кореспонденціях подавали докладні й значні для всіх повідомлення про засідання парламентів і воєнні події, збори урожаїв, податки, транспорти коштовних металів та, передусім... звістки про міжнародний обмін товарами. Але тільки кволий струмочок цього потоку новин крізь фільтри «писаних» газет надходить до тодішніх друкованих. Отримувачі приватної кореспонденції не були зацікавлені в тому, щоб зміст їхніх листів став публічним... Сито неофіційного контролю за інформацією з боку купецької верхівки та офіційної цензури, з боку урядових установ стосувалося переважно повідомлень з-за кордону, придворної хроніки, та незначних торгових новин; ... вони перейняли традицію «сенсаційності»: дивовижні зцілення та сильні зливи, вбивства, епідемії і спалення. Отже, інформація, що потрапляла під оприлюднення, належала до залишкової категорії усіх повідомлень» [2, с. 64–65].

Незважаючи на сувору цензуру, встановлену державними органами щодо вільної преси, вона, тим не менш, виконувала свою мету інформування людей. Однак проблема полягає в тому, що оскільки вільна преса належить елітним власникам, чий головний інтересом є їхня вигода, а не надання якісної інформації, то «новий комунікативний простір з його інституціями обігу інформації, безперечно, вписується в новопосталі форми комунікативності доти, поки бракує вирішальної ознаки – оприлюднення» [2, с. 59–60].

Завдяки новій технології друку на зміну писарям прийшли професійні автори та редактори, які друкували книги, журнали та газети. Застосування технології друку в масовому виробництві матеріалів для читання призвело до революції у сфері зв'язків з громадськістю. Успішне застосування технології друку для відтворення інформації замість рукописного тексту було лише першим кроком на шляху до появи того, що ми зараз називаємо медіа-інституцією. Це призвело до формування свободи преси. Необхідність забезпечення свободи преси – прикладом якої є різноманітність контенту – ґрунтується на ідеї, що така диверсифікація контенту в ЗМІ дозволяє громадянам маневрувати у каламутних водах демократії.

Сьогодні проблема полягає не в тому, що громадськість не може вільно користуватися ЗМІ. Комерціалізація новин та інформації в сучасному світі призвела до небезпеки того, що громадяни можуть опинитися як поляризованими, так і паралізованими в ситуації інформаційного перевантаження [15, с. 16]. З розвитком технологій світ преси та зв'язків з громадськістю став більш потужним у комерціалізації новин і розваг. Фактично сьогодні преса належить до приватної сфери товарного обміну. З одного боку діапазон та вплив засобів масової інформації значно збільшився, з іншого боку – вони перебувають у приватній власності. Така інтеграція сучасних засобів масової інформації і товарообміну неминуче призводить до маніпулювання і перетворення громадської думки на сфальшовану свідомість.

Зв'язок засобів масової інформації з демократією нагадує пуповину, якою дитина зв'язана зі своєю матір'ю. Демократію підтримує громадськість, життя і кров демократичного суспільства тече в жилах громадськості. Отже, реально функціонуюча демократія передбачає активних і критично налаштованих громадян, здатних до самовизначення через участь у публічних дискусіях, які мають значення для їхнього політичного життя. За останні десятиліття люди стали свідками стрімкої демократизації світу. Нації по всьому світу починають сприймати фундаментальні принципи лібералізму: рівність і свободу. Саме з цієї причини Френсіс Фукуяма проголосив кінець світової історії, який спричинений реалізацією демократії на глобальному рівні [13].

Незважаючи на демократизацію світу, для багатьох демократія залишається абстракцією, особливо в країнах, що розвиваються. Демократія, яка сформувалася протягом останніх років, є елітарною. Вона зосереджена навколо кількох найвпливовіших еліт, які керують основними економічними та політичними системами країни. Їхня влада не обмежується демонстрацією своєї величчя та величності. Тепер вони можуть створити світ, де кожен живе та мислить відповідно до свого задуму і волі. Найважливішу роль у виведенні людей із глибокого політичного сну мають відіграти ЗМІ. Але контроль над медіа в демократичному суспільстві позбавляє пресу її свободи. Дійсно, в наш час правда стала дорогим товаром.

Безумовно, цей контроль здійснюється не за допомогою сили, а шляхом формування у громадян хибної свідомості, загорнутої в ідеї суверенітету, рівності та свободи. Ті, хто на вершині, розуміють, що корпоративна політична культура не є містичною самодостатньою системою. Вони знають, що повинні невтомно працювати, щоб пропагувати правлячу ортодоксію, використовувати демократичну видимість, щоб приховати плутократичну політику [14]. У зв'язку з цим сучасні медіа повинні взяти на себе роль Месії, яка полягає в боротьбі з хибними ідеями, які правляча верхівка впроваджує у свідомість громадськості. В ідеалі незалежні засоби масової інформації мають протистояти переважаючій свідомості нинішньої ортодоксальності та замінювати її тим, що є правдою. Це може бути реалізовано лише тоді, коли в процесі передачі інформації громадськості буде дозволено думати самостійно і таким чином критично брати участь в очищенні публічної сфери. Ноам Чомські

пише, що роль ЗМІ в сучасній політиці змушує нас поставити питання, у якому світі та в якому суспільстві ми хочемо жити, і, зокрема, в якому сенсі ми хочемо, щоб це було демократичне суспільство [12, с. 6].

Зміна фундаментальної ролі та функцій засобів масової інформації призводить до необхідності трансформації сучасної демократії. Що, в свою чергу, передбачає низку як соціальних, так і політичних за своєю структурою проблем. Крім того, щоб дати вичерпний виклад питання, слід глибоко замислитись і повернутися до переважаючих владних структур, які загалом керують ЗМІ. У минулому засоби масової інформації вважалися засобом формування та поширення громадської думки. Насамперед вони були задумані як найпотужніший інструмент для боротьби з абсолютизмом. ЗМІ вважалися найпотужнішим інструментом звільнення суспільства від абсолютизму панівних владних структур. Однак останнім часом преса набула дещо іншого вигляду, від виконання ролі посередника у формуванні політичної раціональності суспільства, до того, щоб стати найгіршим ворогом громадської думки. У минулому існував зв'язок, який обов'язково пов'язував пресу та громадську думку. Сьогодні ЗМІ вже не є засобом формування громадської думки, вони стали частиною структур, які маніпулюють громадською думкою. Історично ЗМІ вважалися найпотужнішим засобом для звільнення мас від автаркії уряду. Вони були механізмом підкорення і умиротворення мас, щоб вони задовольняли примхи правлячої верхівки. Спочатку роль засобів масової комунікації полягала в тому, щоб поставити під сумнів пануючі традиції і гарантувати людям свободу та розвиток через чесне і правдиве поширення інформації. Однак те, що ми спостерігаємо зараз, є прямою протилежністю. Преса стала основним інструментом владних еліт для маніпулювання та формування хибної свідомості для контролю над громадянами.

У дійсно демократичних країнах люди висловлюють свої думки про політику, яка має служити їхнім інтересам, і до них прислухається влада. Тобто влада прислухається до людей. В таких суспільствах засоби масової інформації виступають у ролі посередника, через якого відбувається діалог між громадянином і владою. Дійсно, якщо громадяни хочуть брати участь у значущих політичних дискусіях, їм потрібен інституційно гарантований форум, де вони зможуть висловлюватися критично та піддавати сумніву політику правлячої верхівки. Комунікація в ЗМІ є майданчиком, на якому відбуваються раціонально-критичні дебати між громадянами та владою.

Таким чином, процес демократизації, прикладом якого є політична комунікація між громадянами та владою, повністю реалізується через засоби масової інформації. Роль преси в процесі політичної комунікації полягає в тому, щоб показати, що в даному суспільстві поважаються центральні демократичні цінності свободи та рівності. Більше того, засоби масової інформації мають функціонувати як баланс, який дає змогу суперечливим голосам мас брати участь у демократичному діалозі. Подібним чином незалежна преса повинна формулювати якісну інформацію та відповідний соціальний вибір, щоб правильно інформувати людей. Зрештою, засоби масової інформації мають брати участь у демократизації, сприяючи процедурам публічного обговорення. Якщо не дотримуватися всіх цих пунктів, демократія може бути підірвана. У такому випадку медіа підтримуватимуть статус-кво, легітимізуючи центр влади, маргіналізуючи суперечливі голоси, розмиваючи критичну інформацію, перешкоджаючи справжнім варіантам, скорочуючи публічні дебати та демобілізуючи колективну поведінку.

Отже, друкарський верстат з самого моменту винайдення став невід'ємною складовою формування громадської думки. Перед пресою було поставлене завдання зробити можливим вільне вираження почуттів та громадської думки людей з приводу спільних

політичних інтересів. В цьому сенсі громадська думка ототожнювалася з автономною самореалізацією людей, що беруть участь у процесах демократизації, що передбачало активну участь громадськості у спротиві політичному домінуванню за допомогою спільних поглядів. Однак оскільки правляча влада продовжувала розширювати свій контроль над політичними інститутами держави, їй вдалося проникнути і в засоби масової інформації. Такий абсолютний контроль над фундаментальними соціальними і політичними структурами держави призвів до «рефеодалізації» публічної сфери.

Тепер не політична влада, а правляча еліта маніпулює та підпорядковує собі маси, керує суспільною сферою. Ноам Чомські визначив їх як спеціалізований клас або бізнес-спільноту, яка маніпулює, приймає рішення, аналізує та керує економічними, політичними й ідеологічними системами [12, с. 13]. Громадян змушують думати, що вони вільні реформувати та пропагувати свої політичні інтереси і владу, відповідальні за свої рішення. Але оскільки вони не є частиною системи контролю, громадськість неявно виключена. Ю. Габермас зазначає, що організації прагнуть політичних компромісів з державою і один з одним, наскільки це можливо, виключаючи громадськість; в цьому процесі, однак, їм доводиться домагатися плебісцитарної згоди від медіатизованої громадськості, використовуючи демонстрацію інсценованої чи маніпулятивної реклами (...). Це відбувається тому, що правлячі держави розуміють, що вони не можуть використовувати силу, щоб наполягати на своїх інтересах перед масами; вони використовують найпотужніший інструмент підпорядкування – засоби масової інформації, прищеплюючи за його допомогою хибну свідомість необізнаній публіці.

«Управління поглядами» за допомогою ЗМІ створює хибну свідомість, яку споживає суспільство. Роль засобів масової інформації у поширенні громадської думки впливає з припущення, що публічна сфера, представлена у засобах масової інформації, є ні чим іншим, як ілюзією. Зв'язки з громадськістю в цьому відношенні обмежуються обожнюванням та підпорядкуванням особам, які представляють владу. Громадськість вже не ототожнюється з використанням критичного аргументу, покликаного протистояти домінуванню у публічних дебатах. Гласність колись означала викриття політичного панування перед публічним використанням розуму. Тепер громадськість асоціюється із беззаперечною дружньою підтримкою певної політичної сили. Тобто світ, створений засобами масової інформації, є сферою громадськості лише на перший погляд. Так само цілісність приватної сфери також є ілюзією.

Дійсно, за допомогою сучасних засобів масової інформації правляча верхівка успішно створила псевдопублічну сферу, в якій існує суспільство непоінформованих окремих індивідів. Засоби масової інформації успішно дезорганізували маси, провокуючи у людей хибне почуття свободи політичної взаємодії, яке насправді є обмеженим до мінімуму і апелює до приватних політичних інтересів правлячої еліти. Більше того, засоби масової інформації змінили відношення окремого індивіда до держави: від раціонального та критичного ставлення до пасивного споживача, який споживає суспільну культуру. Таким чином, окремі індивіди більше не розглядаються як самодостатні особистості, що самі визначають себе, що здатні вступити у критичну раціональну дискусію з урядом. Натомість вони сприймаються як прості споживачі.

Створення псевдогромадського суспільства за допомогою пропаганди, яка поширюється правлячою елітою, є необхідним для підтримки ілюзії існування критично й раціонально налаштованого населення. Управління поглядами неминуче призводить до занепаду громадської думки у суспільстві. Природа і функції пропаганди включають в себе впорядкування політичних подій і реструктуризацію психологічних настроїв людей, щоб

вони відповідали бажанням та інтересам правлячого класу. Така форма громадської підтримки маскується під маскою інтересу. Ідея полягає в тому, що громадськість, як і раніше, активно і критично залучена до процесу демократизації. У людей формується помилкова свідомість того, що вони роблять відповідальний внесок у розвиток суспільства. Таке інсценування громадської думки призначене для захисту суспільних інтересів.

Таким чином, у процесах демократизації медіа мають відігравати життєво важливу роль у навчанні людей, надаючи правдиву інформацію та належне місце для раціонально-критичних дебатів, щоб кинути виклик владі. Засоби масової інформації завжди вважалися найпотужнішим інструментом для проголошення істини та сумнівів щодо діяльності правлячої верхівки. Вони були публічною сферою, де критично рефлексуюча громадськість могла критикувати та оскаржувати абсолютизм влади. У цьому відношенні публічна сфера раніше уявлялася як місце раціонального опору політичному домінуванню з боку громадськості. Однак усе змінилося, коли на сцені з'явився сучасні політичні еліти, які закріпилася при владі, маніпулюючи масовою свідомістю громадян.

За допомогою сучасних засобів масової інформації вони успішно створили хибну свідомість, необхідну для того, щоб тримати маси пасивними. Сучасні медіа приховують інтереси правлячої верхівки під виглядом своєї незалежності та критичного ставлення до влади. Створюється ілюзія, що громадськість все ще здатна зробити свій внесок у формування масової свідомості. Однак сфабрикована публічна сфера, яку створили засоби масової інформації та нечисленні еліти, призвела до розпаду громадськості на егоцентричних приватних осіб. Громадська думка в цьому відношенні не має нічого від свого первісного сенсу як продукту раціонального обдумування та боротьби з правлячою владою. Громадська думка – це інсценована думка, створена спеціалізованим класом і опосередкована пропагандою засобів масової інформації для підтримки їх контролю.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що з самого початку своєї появи засоби масової інформації стали потужним інструментом пропаганди. Незважаючи на сувору цензуру з боку державних органів, преса продовжувала інформувати населення, однак проблема полягала в тому, що ця «вільна преса» переважно належить елітним власникам і головним чином задовольняла їхні інтереси. Тож поступово поширення інформації стає схожим на торгівлю, а комерціалізація новин може призвести до загибелі справжнього демократичного суспільства. Інтеграція сучасних засобів масової інформації і товарообміну неминуче призводить до маніпулювання і перетворення громадської думки на сфальшовану свідомість.

Засоби масової інформації дезорганізують маси, провокуючи у людей хибне відчуття свободи та політичної взаємодії, яке насправді є обмеженим до мінімуму і апелює до приватних політичних інтересів правлячої еліти. Управління поглядами за допомогою медіа призводить до занепаду громадської думки та формування помилкової масової свідомості, робить населення пасивним.

Сучасна російсько-українська війна характеризується на лише веденням агресивних бойових дій на території нашої держави, а й використанням широкого спектра політичних, економічних та інформаційно-пропагандистських заходів. Свідомість українців опинилася під прицілом інформаційної зброї. Російська пропаганда являє собою серйозну загрозу не лише національній безпеці України, а й країнам Заходу.

Список використаної літератури

1. Васильєва Н. В. Пропаганда як складова інформаційно-комунікативної політики і загроза національній безпеці. *Таврійський науковий вісник*. 2022. № 2. С. 34–41. DOI: 10.32851/tnv-pub.2022.2.5.
2. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості / пер. з нім. А. Онишко. Львів : Літопис, 2000. 319 с.
3. Головаха Є. І. Особливості політичної свідомості : амбівалентність суспільства та особливості. *Політичні читання*, 1992. № 1. С. 24–39.
4. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2021. № 10. URL: http://www.pubadm.vernadskyyournals.in.ua/journals/2021/2_2021/10.pdf
5. Ортега-і-Гассет Х. Бунт мас / пер. з есп. В. Бурггардта. Нью Йорк : Організація оборони чотирьох свобод України, 1965. С. 158.
6. Павлов Д. М. Політична пропаганда : до визначення поняття. *Гілея: науковий вісник*. 2013. Вип. 79. С. 328–331.
7. Павлов Д. М. Специфіка здійснення контрпропагандистських політичних технологій. *Наукові праці. Політологія*. 2017. Т. 309, № 297. С. 46–52.
8. Прасюк О. В., Пастух Ю. О. Кіно як засіб політичної пропаганди в нацистській Німеччині : комунікативний та семіотичний аспекти. *Global world*. 2016. Vol. 2 (II). С. 160–166. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/6267/1/5.pdf>
9. Прокопенко Б. В. Маніпулятивні технології в інформаційній війні : проблеми захисту. *Філософія науки: традиції та інновації*. 2017. № 1 (15). С. 99–109.
10. Прокопенко Б. В. Соціогуманітарні технології : маніпулятивний аспект. *Філософія науки: традиції та інновації*. 2015. № 1 (11). С. 84–92.
11. Фромм Е. Втеча від свободи / пер. з англ. М. Яковлєва. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 288 с. С. 132–134).
12. Chomsky N. Media Control : The Spectacular Achievements of Propaganda. New York : Seven Stories Press, 1997. P. 6.
13. Fukuyama F. The End of History and the Last Man. New York : Simon and Schuster, Ink. 2006. 432 p.
14. Parenti M. The Culture Struggle. New York : Seven Stories Press, 2005. 133 p.
15. World Trends in Freedom of Expression and Media Development. Global Report 2017/2018. Executive Summary. Paris, 2017.
16. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. № 1. С. 119–122.
17. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні... *Галицький економічний вісник*. 2014. № 4. С. 178–288.
18. Требін М. П., Чернишова Т. О. Боротьба за свідомість людей в епоху постправди. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*. 2021. № 3 (50). С. 153–171.

MEDIA AND POLITICS: EVOLUTION OF CONTROL AND DEMOCRACY**Viktoriya Datsenko**

*Cherkasy State Technological University,
Faculty of Humanitarian Technologies,
Department of Philosophical and Political Sciences
Shevchenko boul., 460, 18006, Cherkasy, Ukraine*

The article is dedicated to the study of the historical development of mass media as a key tool of political influence and the shaping of public opinion. Mass media have always played a crucial role in shaping the political consciousness of society. The historical evolution of media as a tool of political communication, from the Middle Ages to the modern era, is analyzed. In the early 13th-18th centuries, when rationalism began to dominate over beliefs, civil society began to take shape, moving away from absolutism. In medieval Europe, where absolute monarchs controlled communication, and in modern democratic societies, the media have always been a battleground for power. The article shows how the nature of information control has changed over the centuries: from absolutist regimes to capitalist and elitist structures that manipulate public consciousness. This process led to the decline of absolute power and the establishment of public institutions, which contributed to the development of democracy. At the same time, with the rise of capitalism and international trade, the need for accurate information increased, fostering the development of media. However, over time, control over information resources shifted into the hands of elites who controlled its content, shaping false consciousness in citizens. Censorship and manipulation restricted access to truthful information, turning media from a tool of liberation into a means of control. Special attention is paid to Jurgen Habermas's ideas about the public sphere, the role of the press in the democratization of society, and the challenges modern media face due to commercialization and information overload. The problem of the formation of false consciousness and the threat to democracy posed by private control over the media is highlighted. In today's world, the commercialization of information has led to a further distortion of democracy, creating a threat to civil society. Despite this, mass media have the potential to become an important tool for democratization and the formation of critical thinking in citizens, provided they can maintain independence from the influence of ruling elites.

Key words: mass media, media control, democracy, censorship, political communication, civil society, absolutism, Jurgen Habermas.