

УДК 321.323

Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні

Інна Костиря,

кандидат політичних наук,
проректор Київського національного
університету культури і мистецтв,
директор Інституту журналістики
і міжнародних відносин

Проаналізовано тенденції медіатизації політики та політизації ЗМІ в сучасному політичному процесі України. Показано, що вони активно впливають на формування суспільної свідомості, на діяльність політичних лідерів та інститутів, використовуються як засоби ведення політичної боротьби, просування тих чи інших політичних проєктів.

Ключові слова: медіатизація політики, політизація ЗМІ, політичний процес, політична боротьба, маніпуляція свідомістю населення.

The tendencies of mediatization of politics and politicization of the media in modern political process in Ukraine are analyzed. It is shown that they actively influence the formation of social consciousness, the activities of political leaders and institutions and are used as means of political struggle, promotion of certain political projects.

Keywords: mediatization of politics, politicization of media, the political process, political struggle, manipulation of public consciousness.

Інна Костиря

Проанализированы тенденции медиатизации политики и политизации СМИ в современном политическом процессе Украины. Показано, что они активно влияют на формирование общественного сознания, на деятельность политических лидеров и институтов, используются в качестве средств ведения политической борьбы, продвижения тех или иных политических проектов.

Ключевые слова: медиатизация политики, политизация СМИ, политический процесс, политическая борьба, манипуляция сознанием населения.

Невід'ємним елементом життя України, останнім часом, став політичний плюралізм, існування груп інтересів і більш-менш стійких об'єднань, що виражають різні погляди як на поточну політику, економічний і соціальний розвиток, так і на устрій суспільства в цілому. Політичне поле перестало бути єдиним монолітом. Розходження в інтересах і їх конфлікти вийшли на поверхню. Вперше за довгі роки відкритий конфлікт і політична боротьба стали нормою життя. Як вважають багато теоретиків, зокрема, К. Фрідріх, Р. Дарендорф, Б. Крік, конфлікт і дозвіл на нього є необхідною передумовою демократії. Важливим компонентом політичної реальності України став інститут опозиції, яка отримала легальні можливості для вираження своїх поглядів. Приклад сучасної України свідчить, що основні політичні актори активно вчать регулювати політичні конфлікти, не доводячи справу до небезпечної стадії, що загрожує виживанню режиму. Відбувається інтеграція у світовий економічний, політичний та інформаційний простір. В Україні відбулася децентралізація влади, розвивається інститут місцевого самоврядування. Не менш важливо і те, що відбувся поділ суспільства і держави, окреслений ще нечіткою, але все-таки кордон між приватним і публічним, громадським і державним наявний.

За роки посткомуністичної трансформації в Україні відбулося закріплення нових якостей політики. Насильство перестало бути основним інструментом державної діяльності і механізмом впорядкування розвитку суспільства. Постійним чинником політичного життя незалежної України стали вибори вищих і місцевих органів влади, які перетворилися на форму впливу суспільства на державний курс і канал часткового оновлення правлячих еліт. Зросла самостійність суспільства в цілому і окремих індивідів зокрема. Зміцнення паростків ринкових відносин, становлення самостійної політичної людини, звільнення від колишньої залежності від держави характеризують сьогоднішній політичний процес. Розвиток ринкових елементів призвів до посилення ролі економічних, а не власне адміністративного і бюрократичного інтересів у регулюванні політичної діяльності.

Крах радянської моноідеологічної політичної системи призвів до утвердження нових принципів організації політико-інформаційного

простору. Підкоряючись логіці перетворень, які охопили всі сторони суспільного життя, політичні суб'єкти змушені тепер оскаржувати лідерство в публічній боротьбі. Плюралізм, відсутність ідеологічних заборон, зростання кількості різних політичних суб'єктів, які представляють різні інтереси різних груп суспільства, посилили необхідність узгодження політичних позицій, призвели до різкого розширення та підвищення інтенсивності політичної комунікації.

Масова комунікація, пропаганда, а також паблік рілейшнз і іміджелогія є предметом дослідження таки вчених як: Г. Лебона, Е. Бернейса, С. Блек, Боулдинга, Г. Лассвелла, Д. Рісмена та інших. Роль комунікації та ЗМІ в політичному процесі з різних аспектів досліджували В. Комаровський, Г. Марченко, Д. Ольшанській, А. Чуміков, Є. Шестопап та інші. Проте, ряд питань залишилось без уваги, оскільки сам предмет дослідження не є сталим, а перебуває у процесі постійних трансформацій. Серед вчених, що досліджували трансформації демократії в інформаційну еру можна назвати І. Валлерстайна, П. Бурд'є, М. Кастельса, О. Тофлера, С. Хантингтона, Д. Гелда, Г. Вайнштейна, Е. Макгрю та інших.

Не зважаючи на ряд ґрунтовних дисертаційних досліджень [1; 5; 6; 7; 8], які присвячені проблемі взаємодії вплиди і ЗМІ, політизації ЗМІ тощо, ряд принципових питань не розв'язані, що, очевидно, пояснюється швидкими змінами в цій сфері.

Метою статті є дослідження медіатизації політики та політизації ЗМІ як тенденцій в сучасному політичному процесі України.

Насамперед зазначимо, що крім визнання за різними соціальними групами та організаціями права на вираження й відстоювання своїх інтересів шляхом участі у політичній боротьбі істотний вплив на інтенсифікацію взаємодії політичних суб'єктів в Україні зробив розвиток засобів масової комунікації.

Як справедливо вказує Д. Яковлев, відсутність демократичних традицій у посткомуністичних країнах, не тільки ускладнює діалог між акторами політичної взаємодії, а і вводить новий важливий фактор у політичну комунікацію – мовчання населення, яке стає ще більш загрозливим на фоні намагань монополізувати волю народу з боку різних політичних сил [11]. Дійсно, демократизація інформаційного середовища призвела до зіткнення традиційних і нових типів політичної комунікації: на зміну директивному впливу прийшла рівноправна взаємодія комунікатора і реципієнта. У міру вибудовування демократичних політичних відносин громадян з державою діяльність корпоративних структур на інформаційному ринку стала все більше підкорятися логіці взаємовпливу попиту та пропозиції, пробуджуючи до життя нові форми політичної комунікації. Однією з таких форм інформування громадськості стало поширення політичної реклами. Плюралізація системи масових комунікацій, прагнення ЗМІ до самостійної ролі в критичному висвітленні суспільно-політичного життя на правах „четвертої влади” та інші прояви якісної видозміни інформаційно-

Інна Костира

комунікативної сфери ускладнюють умови подання та відстоювання політичними організаціями своїх інтересів.

Взаємодія ринкових і неринкових інформаційних механізмів виявила численні конфлікти, що особливо наочно проявилися в передвиборних політичних процесах, коли багато політичних конкурентів, змагаючись за підтримку співгромадян, не раз ставили під загрозу громадський порядок і політичну стабільність в окремих регіонах і в країні в цілому. Не випадково сьогодні, як ніколи голосно, заявляють про себе проблема адекватного регулювання відносин на інформаційному ринку, розробка способів ефективного державного втручання в інформаційні процеси.

Характерною рисою сучасного політичного процесу в Україні є істотний вплив на нього ЗМІ. Протягом останніх двох десятиліть в усьому світі відбувається зростання ролі засобів масової інформації в політиці. При дослідженні політичних процесів в різних країнах виявляються численні факти, що свідчать про активне використання масової комунікації з метою формування громадської думки з різних питань політичного життя. Наприклад, за свідченням деяких дослідників; починаючи з 1960-х років, оцінка населенням діяльності всіх президентів США залежала не від реального економічного становища країни, а від позиції провідних засобів масової інформації. Масова комунікація стала сьогодні найважливішим елементом сучасної цивілізації, що надає сильний вплив на всі сторони життя суспільства. Ця тенденція проявляється в усьому світі. Так активний розвиток телебачення призвело до істотної зміни структури передвиборних кампаній.

В міру того як Україна почала переходити від старої політичної системи до нової, ця тенденція в явній формі починає виявлятися і у нас. Розуміння особливостей сучасного політичного процесу в Україні неможливе без дослідження ролі і значення ЗМІ. Президентські вибори 2010 року, парламентські 2012 року в Україні також яскраво показали, що масова комунікація робить претендентів не тільки відомими, а й прямо впливає на підсумки голосування. Політичний вплив ЗМІ на населення не обмежується періодом виборчої кампанії, а здійснюється більш-менш постійно за допомогою формування у населення певної системи уявлень про політичну реальність. Помітний внесок вносить масова комунікація у формування суспільної свідомості щодо діяльності політичних лідерів та інститутів. Вона активно використовується в якості засобу ведення політичної боротьби, просування тих чи інших політичних проектів у життя.

Масова комунікація є важливим джерелом політичної соціалізації – процесу оволодіння політичними знаннями, цінностями, способами і формами політичної участі. Можна з упевненістю сказати, що ЗМІ зіграли вирішальну роль і в якісній зміні існуючої в Україні політичної системи і продовжують грати істотну роль в її функціонуванні.

Колишній керівник фінської телерадіомовної корпорації Рейно

Паасилінна у своїй книзі „Гласність і радянське телебачення”, аналізуючи події в СРСР наприкінці 1980-х, чітко показує, що гласність спочатку була не самоціллю, а інструментом демократизації і політичних реформ в СРСР, які повинні були зміцнити соціалістичний лад. Звільнена (але керована) преса була по суті єдиним вірним союзником М. Горбачова в боротьбі з консервативними силами в партапараті. Особлива роль відводилася телебаченню. М. Горбачов першим з радянських політиків зрозумів всю його міць в якості політичної зброї та засобу для створення іміджу та проведення курсу реформ. Для радянського лідера телебачення, за спостереженням Рейно Паасилінна, стало насамперед інструментом формування величезної популярності в суспільстві, яка була так необхідна йому для боротьби з консерваторами у партійному апараті. На думку фінського дослідника, М. Горбачов був одним з перших радянських політиків, яким вдалося використати можливості ТБ в найбільш повній мірі. Прямі телетрансляції поточних політичних подій (наприклад, з'їздів народних депутатів), рясний потік документальних і художніх стрічок про недоступні раніше факти радянської історії сприяли політизації мас.

Саме завдяки можливостям ЗМІ став можливий перехід до нової політичної системи, де легітимація влади відбувається на основі загальнонародного волевиявлення. Саме завдяки розвитку ЗМІ стало можливим розширення політичної комунікації, позиціонування різних політичних інтересів, перехід від прямого примусу як одного з головних засобів підтримки стабільності політичної системи до переконання через зіткнення воль, інтересів і використання ЗМІ [12, с. 34-35]. Різке зростання значення ЗМІ мало і позитивні, і негативні наслідки. З одного боку, ЗМІ створили можливість загального охоплення і включення населення в політичний процес демократичним шляхом, зробивши їх учасниками політичного процесу, надавши їм право вибирати кандидата, ідеологію, програму. З іншого боку, розширення політичної комунікації, величезні можливості ЗМІ призвели до того, що політичне життя багато в чому стало переміщатися в символічний простір засобів масової інформації, зробивши свідомість населення заручником розповсюджуваних ЗМІ повідомлень і битв, що розгортаються в них.

Як зазначають дослідники, сучасні інформаційні технології позитивно впливають на розвиток і зміцнення демократії. Зокрема, вони:

- створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади;
- послаблюють інформаційну залежність суспільства від традиційних медіа, які редагують інформацію відповідно до своєї мети, а отже, до розширення діапазону доступних для громадян думок;
- призводять до зростання відкритості і транспарентності політичних інститутів і політики в цілому;
- створюють нові механізми політичної мобілізації мас, що сприяє організації і координації дій політичних однодумців, підвищують шанси

Інна Костира

невеликих партій і представників політичних меншин, які отримують можливість звернення до широких масових аудиторій;

– надають широким верствам населення технологічну можливість брати участь в обговоренні суспільно-політичних проблем;

– нарешті, 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” [3, с. 15]. На цей процес мали вплив два чинники - з одного боку, політична еліта і політизований капітал, що використовують ЗМІ як засіб для розширення і зміцнення своїх політичних позицій, і масовий стан свідомості населення, з іншого боку. Низький рівень політичної культури населення, відсутність комунікативної компетентності, необхідних для грамотної участі в політичному процесі, створювали умови для маніпуляції громадською свідомістю. Оскільки політика, багато в чому, перемістилася в ЗМІ, політикам теж терміново довелося підвищувати свою комунікативну компетентність - широке поширення отримали політична реклама, послуги іміджмейкерів, політичних консультантів, фахівців зі зв'язків з громадськістю тощо.

Для українських ЗМІ характерна висока ступінь політизації, особливо з 2005 року. З іншого боку, орієнтовно з 2010 року відзначається високий ступінь медіатизації самої політики. Так, М. Безсонов зазначає, що ЗМІ за визначенням повинні виконувати певні політичні функції. Так було з часів зародження тісної співпраці між політичними партіями і газетами в ХІХ столітті. Якщо газети з тих пір висловлюють позицію політичних сил, до яких вони традиційно тяжіють, то чому не можна очікувати того ж від телевізійної журналістики. То чи можуть описані вище трансформації в політичній, соціальній та комунікаційній сферах запропонувати достатньо свідчень того, що побоювання з приводу руху в бік „Демократії, керованої ЗМІ” небезпідставні? Або ж ці тенденції демонструють інтенсивний, але досить нешкідливий процес „медіатизації”?

У процесі аналізу М. Безсонов виявив, що в області досліджень політичних комунікацій немає однозначної думки з цього приводу. Емпіричні дані свідчать на користь обох гіпотез. Проте сутність цього феномена дозволяє нам вважати, що апокаліптичні настрої ґрунтуються на поверхневій інтерпретації існуючих тенденцій. Іншими словами, дуже часто алармиські підхід використовується тими дослідниками, які фокусують увагу на „дисфункціях” політичного процесу, викликаних до життя „американізацією” політичної комунікації, беручи за основу досвід глобального занепаду демократичних інститутів під впливом втручання з боку ЗМІ. Насправді, європейський досвід демонструє, що, незважаючи на глобальні тенденції, політичний процес зберіг свої традиційні елементи та принципи, що поки що дозволяє уникнути повного краху демократичних інститутів. Більшість країн Європи, на думку М. Безсонова, демонструють

цілком допустимий ступінь „медіатизації” політики, коли медійні та політичні системи взаємодіють в манері, яка запобігає надмірно негативний вплив одних на інші. Існування безсумнівно потужних ЗМІ збалансовано за допомогою не менш (а іноді і більше) потужних і впливових політичних партій і інших політичних інститутів [2].

Ще однією обставиною, є те що для великих компаній володіння пакетами акцій великих медіа-концернів стало найважливішим засобом відстоювання власних інтересів (як у політиці, так і в бізнесі) і впливу на суспільну свідомість. Аналіз вітчизняного політичного процесу дозволяє зробити висновок про те, що всі значущі фінансово-промислові та політичні угруповання здійснювали просування своїх політичних і економічних інтересів шляхом впливу на смисловий простір ЗМІ, беручи участь у формуванні великих медіа-холдингів. Цей процес відбувається в усьому світі, але в Україні він носить гранично виразний і своєрідний характер. Через відсутність в Україні стійких політичних інститутів великі політизовані медіа-холдинги стали грати фактично роль квазі-партій, які забезпечували інформаційну підтримку і зв'язок з електоратом, мобілізацію ресурсів та лобювання тих чи інших рішень.

Разом з тим, зростання політичної самосвідомості населення, формування громадянського суспільства і великих політичних партій, потреба в створенні хоча б видимості об'єктивності поступово знижують вплив медіа-холдингів на політичний процес. Відкрита політизація ЗМІ призводить до того, що довіра до них падає, змінюючись підозрами в абсолютній ангажованості. Сьогодні вже є приклади того, що сприяння великих медіа-холдингів не гарантує перемоги на виборах і навряд чи може вважатися повноцінною заміною партійного апарату.

Цікаво, що до постійного медійного репертуару належать трансляції, які розтягуються в нескінченність, з засідань парламенту, численні повідомлення з прес-конференцій різних депутатів та міністрів, найновіші опитування підтримки для окремих партій та їх лідерів, а час від часу обов'язкові інформації про наступний конфлікт президента і прем'єр-міністра. При цьому тривожним є факт, що багатьом журналістам не вистачає роль сторонніх спостерігачів політичної сцени. Вони хочуть впливати на перебіг подій. Деяким політикам відкрито сприяють, а інших абсолютно не підтримують. І без жодного гамування нав'язують читачам/глядачам свої погляди. Одна з найважливіших заповідей, які панують у професії журналіста, це збереження безсторонності, об'єктивності і незалежності. Це означає, що показуючи факти, журналіст повинен уникати особистих сцен і інтерпретацій, а в випадку обговорення наприклад політичних дискусій, не коментувати ані „за”, ані „проти” партій. Не можна мас-медійнику також піддаватися натискам жодних організацій, партій та інших впливових осіб. Однак може скластися таке враження, що представники польських ЗМІ все частіше менше переймаються цими принципами [10]. Отже, ЗМІ як і раніше є центром політичної комунікації

і залишаться найважливішим інструментом політичного впливу. Однак, зниження політичної поляризації, як свідчить західний досвід, буде сприяти висвітленню інтересів не лише окремих політичних кланів і фінансових угруповань, але й інших економічних структур та соціальних груп.

Плідним, на нашу думку є підхід Є.Воїнової, яка виділяє дві моделі комунікації, властиві медіатизованій політиці, а саме:

А) Модель односторонньої комунікації, яка в окреслений період часу передбачає трансляцію тільки однієї думки з однієї певної теми. На практиці це виглядає наступним чином: коли всередині політичного поля нічого не відбувається або відбувається те, що намагаються приховати, в публічному просторі розгортаються декорації для організації будь-якого політичного спектаклю, що не має ніякого відношення до реальної політики. Інформація підміняється чутками. Відбувається встановлення за допомогою мас-медіа „потрібного” порядку денного, моделювання громадської думки, конструювання образів і нав’язування думки „публічних інтелектуалів”.

Б) Модель двосторонньої комунікації, для якої характерна відкритість публічної сфери, взаємодія всіх суб’єктів комунікації, артикуляція інтересів і громадська експертиза [4].

Узагальнюючи наше дослідження, можна зробити наступні **висновки**.

1. Реальний політичний процес являє собою сукупність інституціоналізованих і не інституціоналізованих взаємодій суб’єктів з приводу розподілу політичних ролей, позицій і ресурсів, внаслідок яких зберігається або трансформується певна модель політичної організації. Такі взаємодії здійснюються в рамках циклів, що послідовно змінюють один одного, мають внутрішню логіку і є різними етапами загального інституційного циклу.

2. Розвиток політичного процесу пов’язаний із зміною (трансформацією) інституціоналізованої моделі взаємодії, наслідками чого є диференціація її внутрішньої структури і ускладнення взаємозв’язків між елементами. Диспропорції в структурі політичного процесу, які виникають при цьому можуть, за певних умов, призвести до деінституалізації існуючої моделі і інституалізації нової.

3. У структурі політичного процесу виділяються дві взаємопов’язані складові: а) соціокультурна, яка визначається ціннісною системою суспільства, типом політичної соціалізації і можливостями соціальної мобільності; б) інституційно-процедурна, до якої відносяться суб’єкти політичного процесу, політико-правові норми і принципи, а також стиль політики (стратегії та інструментарій).

4. В основі типологічних відмінностей політичного процесу лежать соціокультурні особливості суспільств і характер їх модернізації. Дані фактори визначають особливості моделей політичної організації, що формуються в ході історичного розвитку. Відмінності інституційних

умов політичного процесу дозволяють виділити відповідні підстави його типологізації: за принципам організації, за характером інститутів, за типом політичного режиму тощо.

5. Зміни, що охопили українську політичну систему за останнє десятиліття, характеризуються перетворенням порядку формування, легітимації та здійснення влади (вибори, підтримка більшості, „переконання”); формуванням великої кількості нових політичних суб’єктів; впровадженням відкритої конкуренції політичних акторів за підтримку формально незалежних громадян; розвитком і підвищенням ролі системи засобів масової інформації та комунікації; появою незалежних від держави ЗМІ; розширенням і інтенсифікацією політично комунікації.

6. Складність і швидкість протікання перетворень, що торкнулися політико-комунікаційного простору, породили істотний дефіцит адекватного теоретичного пояснення даних процесів. Сформована фрагментарність в описі форм політичних комунікацій оголила потребу в більш детальному відображенні специфіки різних форм комунікативної діяльності, розробці відповідних актуальним умовам інформаційних механізмів, пошуку оптимальних засобів презентації на інформаційному ринку зацікавленими політичними організаціями власних ідей, поглядів, оцінок.

7. В умовах сучасного політичного процесу в Україні як процесу і результату взаємодії людей з приводу завоювання, утримання і використання влади комунікація стає одним з головних засобів ведення політичної боротьби, основним механізмом сучасного політичного процесу, провідним інструментом легітимізації влади та її рішень.

8. Помітний вплив на хід сучасного політичного процесу надають засоби масової інформації. Вони активно впливають на формування суспільної свідомості, на діяльність політичних лідерів та інститутів, використовуються як засоби ведення політичної боротьби, просування тих чи інших політичних проектів у життя. Результатом широкого використання ЗМІ в політичній боротьбі в Україні є своєрідна медіатизація політики та політизація ЗМІ.

Перспективи подальших досліджень, на нашу думку, можуть бути пов’язані із визначенням механізмів запобігання маніпулятивним впливам ЗМІ через освіту населення та політичних акторів.

Література:

1. **Бадрак В. В.** Фактори ефективності впливу друкованих ЗМІ (преси) на електорат: дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Бадрак Валентин Володимирович; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2000. – 250 с.

2. **Безнос М. А.** „Медіатизація” політики и её опасность для демократии / М. А. Безнос. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Soc_dos/2010_891/Beznoz.pdf

3. **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.

4. **Воинова Е. А.** Медіатизація політики як феномен нової інформаційної культури / Воинова Екатерина Андреевна. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dslib.net/zhurnalistika/mediatizacija-politiki-kak-fenomen-novoj-informacionnoj-kultury.html>

5. **Гаврада І. О.** Політика органів державної влади щодо ЗМІ в Україні : проблеми взаємодії: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Гаврада Ігор Остапович; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці, 2007. – 224 с.

6. **Збрицька Л. Г.** Медіатизація політичного конфлікту в умовах глобалізуючого світу (на прикладі сучасного українського суспільства): автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Збрицька Лариса Геннадіївна; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – Сімферополь, 2010. – 16 с.

7. **Онуфрив С. Т.** Політичний дискурс ЗМІ України у світовому інформаційному просторі: дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Онуфрив Соломія Тарасівна; Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. – Л., 2005. – 193 с.

8. **Пронченко О. С.** Взаємодія ЗМІ і влади в контексті реалізації права громадян на інформацію: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Пронченко Олександр Сергійович; НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса. – К., 2008. – 188 с.

9. **Федотова В. Г.** Факторы ценностных изменений на Западе и в России / В. Г. Федотова // Вопросы философии. – 2005. – № 11. – С. 3–32.

10. **Шчепаньчик Д.** Політизація засобів масової інформації, тобто журналісти на двох ставках / Даріуш Шчепаньчик. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://elekcii.org/nie-tedy-droga/polityzacja-mediow.html>

11. **Яковлев Д. В.** Медіатизація політики в умовах становлення демократичного режиму / Д. В. Яковлев. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vsntu/2008_2009/91-SevNTU/91-20.pdf

12. **Яковлев Д. В.** Політична взаємодія як комунікативний процес : медіатизація, демократизація, раціоналізація : [монографія] / Д. В. Яковлев. – Одеса: Астропринт, 2009. – 288 с.