



## ОПТИМІЗАЦІЙНИЙ ВПЛИВ МАС-МЕДІА НА КОМУНІКАТИВНУ ВЗАЄМОДІЮ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

*Олена Рачинська, к.держ.упр., провідний спеціаліст відділу просвітницької роботи Управління просвітницької роботи та навчальних програм Національного агентства з питань запобігання корупції, <https://orcid.org/0000-0003-0974-0534>, email: [orachun@ukr.net](mailto:orachun@ukr.net)*

Отримано: 06.09.2019

Ухвалено до друку: 25.11.2019

Опубліковано: 27.12.2019

*Рачинська О. (2019). Оптимізаційний вплив мас-медіа на комунікативну взаємодію у сфері публічного управління. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Державне управління, (12), 26-38. <https://doi.org/10.17721/2616-9193.2019/12-3/8>*

### Анотація

*Мета статті – проведення теоретичного аналізу змісту, сутності й функцій мас-медіа як важливої ланки функціонування політичної системи суспільства; наукових досліджень з проблематики взаємодії органів державної влади і мас-медіа; особливостей впливу мас-медіа на суспільство та публічне управління.*

*Для дослідження поставлених цілей використано загальнонаукові та спеціальні методи: метод узагальнення – для розкриття теоретико-методологічних засад механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; системний метод – при розкритті концептуальних засад комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; логічний і діалектичний методи, метод узагальнення, комплексного і системного підходів – для вдосконалення окремих дефініцій; логічний метод – для теоретичного узагальнення й формулювання висновків та пропозицій.*

*Відповідно до цілей дослідження автором:*

*1) на основі теоретичного аналізу дослідного поля з проблематики взаємодії органів публічного управління та мас-медіа доведено, що публічне управління в сучасному суспільстві неможливе без наявності в ньому розгалуженої системи комунікації;*

*2) встановлено, що в умовах переходу до інформаційного суспільства зростає роль і значення мас-медіа у публічних процесах, які відбуваються в сучасній Україні. При цьому суб'єкти публічної влади перетворюються на суб'єктів комунікативного процесу;*

*3) здійснено теоретичний аналіз дослідного поля з проблематики взаємодії органів державної влади та мас-медіа, де мас-медіа часто розглядаються не як соціально відповідальний бізнес, а як складова політичного капіталу чи впливовості;*

*4) встановлено, що становлення глобального комунікаційного простору також впливає на роль та функції мас-медіа;*

*5) проаналізовано особливості впливу мас-медіа на суспільство та публічне управління й виокремлено концепції;*

*6) означено позитивні моменти співпраці мас-медіа та органів державної влади з точки зору терміну «взаємодія»;*

*7) доведено, що мас-медіа є важливим інструментом публічного управління, який прямо залежить від існуючого політичного режиму в державі;*

*8) встановлено, що мас-медіа є невід'ємною складовою механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад; важливим інструментом державного управління, але прямо залежить від існуючого політичного режиму в державі. Вирішальними для влади є відкритість та забезпечення*



доступу громадян до інформації про діяльність влади, залучення населення до обговорення суспільно важливої інформації.

Встановлено, що демократичні перетворення можливі лише за умови широкої відкритості суспільства, гласності та свободи слова, які б не надавали переваг жодній політичній силі у володінні засобами масової інформації. Запропонована авторська позиція щодо означення позитивних моментів співпраці мас-медіа та органів державної влади з точки зору терміну «взаємодія». Стаття містить оригінальний аналіз сучасних підходів щодо особливостей взаємозв'язку влади та мас-медіа, органів державної влади та мас-медіа; окремих аспектів функціонування мас-медіа у процесах демократичних трансформацій українського суспільства; правового регулювання державної політики у сфері мас-медіа.

Стаття може слугувати методологічною і теоретичною основою для подальшого дослідження мас-медіа як складової людської комунікації; мас-медіа як каналу маніпулятивного впливу на суспільство; особливостей функціонування мас-медіа у період трансформації сучасного українського суспільства; ролі мас-медіа в процесі формування соціально-комунікаційної сфери громадянського суспільства.

**Ключові слова:** державно-управлінські рішення; публічне управління; громадськість; функції; комунікативна взаємодія; демократія.

### Вступ

Сьогодні «постачальниками» колективного знання, або посередниками в його розповсюдженні, є засоби масової комунікації, мас-медіа, які ніколи не залишаються індиферентними по відношенню до того, що опосередковують. З'явившись спочатку як чисто технічні способи фіксації, трансляції і тиражування інформації, мас-медіа дуже швидко перетворилися в наймогутніший засіб впливу на масову свідомість. Людське сприйняття постійно зазнає впливу сучасних засобів масової інформації. Це той фактор, який виявляє свій вплив у всіх сферах життя. Саме в сфері мас-медіа формуються знання, що складають основу соціально орієнтованого ставлення людини до дійсності.

Сучасні події змусили засоби масової комунікації служити громадським інтересам та працювати заради єдності суспільства, а не для власних економічних, політичних цілей. Самі громадські інтереси мас-медіа часто розглядають як зацікавлення суспільства, хоча правильніше думати про потреби людей. «Головні вимоги громадських інтересів до мас-медіа: різні форми власності на медіа, свобода публікацій, розмаїття інформації для громадськості, представлення різноманітних поглядів, майже загальна досяжність, адекватна підтримка демократичної політичної системи, повага до правової системи, повага до особистості та загальних людських прав» (Мак-Квейл, 2010).

У вирішенні багатьох сучасних конфліктів та проблем важливу роль відіграє налагодження такого інструменту мас-медіа як інтерактивність, тобто взаємодія та механізм зворотного зв'язку. Якщо мас-медіа не отримують суспільного запиту на потрібну інформацію, вони не здатні задовольнити потреби своєї аудиторії. Механізм зворотного зв'язку відсутній у традиційних засобах масової комунікації, а саме вони, незважаючи на зростання популярності нових медіа, залишаються найвпливовішими та мають великий рівень довіри. Інтерактивність як механізм, що представляє суспільні інтереси та сприяє вирішенню суспільних проблем, дасть можливість чітко окреслити вимоги суспільства до медіа, налагодити реалізацію головних функцій комунікації у суспільстві, а мас-медіа стають активним ініціатором комунікації, реалізувати себе як «посередник» цього акту (Трегуб, 2015, с. 140).

Комунікативна взаємодія допомагає чітко усвідомити ступінь впливу мас-медіа не тільки на виборця, а й на населення та суспільство в цілому. Соціологічні дослідження найчастіше увагу акцентують на ефективності політичної реклами напередодні виборів або інших важливих подій. У цьому відношенні цікавими є дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 році», виконанні соціологічною компанією InMind на замовлення міжнародної неприбуткової організації Internews, що реалізує «Медійну програму в Україні» за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). Основна мета дослідження – вивчити звички українців, що стосуються споживання медіа, а також їхню довіру до медіа, оцінити рівень медіаграмотності та обізнаність населення щодо впровадження реформ в Україні.



Зокрема, опитування показало, що 68 % респондентів використовують соціальні мережі для отримання новин – зростання з 53 % минулого року; а популярність та охоплення аудиторії телеканалами знизилися до 66 % порівняно з 77 % минулого року. Ці дані підтверджують, що традиційні медіа невпинно трансформуються в цифру, що також є глобальним трендом в медіаіндустрії.

Так, у 2019 році українці стали набагато менше довіряти засобам масової інформації – як показує дослідження USAID-Internews «Споживання медіа», довіра до всіх традиційних медіа впала в середньому на 11 % порівняно з 2018 роком. Довіра коливається між 19 % до загальнонаціональної преси, 22 % – до місцевого радіо та 49 % – до загальнонаціональних телеканалів – тоді як загальнонаціональним інтернет-медіа довіряють 51 % респондентів – найбільший показник цього року (Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 році, 2019).

### Джерела

Різноманітним питанням соціальної комунікації, масової комунікації, мас-медіа присвятили свої праці К. Ширкі, Д. Мак-Квейл, Л. Джеймс та ін. Окремим аспектам формування суспільних медіа присвятили свої праці Дж. Курран, Т. Сіверстен, К. Якубович та ін.

Серед вітчизняних науковців, які досліджують інформацію та комунікаційну сферу суспільства, варто виокремити дослідження процесу медіатизації політики та функції мас-медіа у сучасному суспільстві В. Блінцової (Блінцова, 2013); особливостей взаємозв'язку влади та мас-медіа, органів державної влади та мас-медіа О. Боднарчука, П. Вербицького (Боднарчук, 2014; Вербицький, 2016); окремих аспектів функціонування мас-медіа у процесах демократичних трансформацій українського суспільства (Гриценко, 2003); правове регулювання державної політики у сфері мас-медіа О. Кульчій (Кульчій, 2015).

Досить цікавими є дослідження мас-медіа як складової людської комунікації Л. Ороховської (Ороховська, 2011); мас-медіа як каналу маніпулятивного впливу на суспільство Ю. Поліщука, С. Гнатюка та Н. Сейлової (Поліщук, 2015); особливостей функціонування мас-медіа у період трансформації сучасного українського суспільства К. Трегуб (Трегуб, 2015); ролі мас-медіа в процесі формування соціально-комунікаційної сфери громадянського суспільства С. Ясиневиц (Ясиневиц, 2018).

Сьогодні на перший план виходить питання доступності масової комунікації і посилення ролі в цьому процесі засобів масової комунікації. Відповідно, варто визначити два чинники формування громадянського суспільства: соціальний і технологічний. Український медіапростір характеризується олігопольною моделлю мас-медіа. Альтернативою, новим гравцем на ринку медіа пропонується розглядати суспільні медіа. Відповідно до світової практики саме цей вид мас-медіа спрямовано на забезпечення громадян інформацією згідно з місією суспільного мовлення (Ясиневиц, 2018, с. 8).

Водночас слід зазначити, що існує велика кількість робіт щодо дослідження маніпулятивного впливу мас-медіа на особу, суспільство та державу. Однак, попри значну кількість досліджень у цьому напрямку, сьогодні не розглянуто й не систематизовано існуючі методи маніпулювання свідомістю, що безумовно є актуальним науковим завданням.

У даному контексті Т. Запорожець зазначає, що новий імпульс і нові якості отримує вся система масової комунікації, зокрема це стосується соціальної інформації, яка охоплює світоглядну, духовну, естетичну, публіцистичну, побутову інформацію тощо. Основу в розумінні масової комунікації становить інформаційний простір – середовище, у якому і завдяки якому виробляється, існує, циркулює, обертається інформація. Це поняття соціально-політичне і вбирає в себе як територіальний, космічний, технічний, економічний фактори, так і людський, оскільки суспільна інформація призначається для людини, а людина – її споживач, без якого вона втрачає свій сенс (Запорожець, 2014). Д. Каррен наголошує, що суспільні медіа як ідеологія незацікавленого професіоналізму, обережного балансування протилежних точок зору вважаються одним з індикаторів демократичності медіасистеми в Європі (Сурган, 1991, с. 27–57).



Динаміка змін у системі інформаційно-комунікативних технологій, законодавчому та соціологічному вимірах настільки висока, що вимагає нового погляду та підходів до визначення поняття «сучасні інформаційно-комунікаційні технології», їхнього розуміння та застосування в сучасному державному управлінні. Варто погодитися із твердженням Ю. Горбань про достатню кількість публікацій з обґрунтуванням цієї теми, але якісна та технологічна невпинність цього процесу вимагає оновленого аналізу та напрацювання рекомендацій (Горбань 2013, с. 40).

### Методологія

Для дослідження поставлених цілей використано загальнонаукові та спеціальні методи: метод узагальнення – для розкриття теоретико-методологічних засад механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; системний метод – при розкритті концептуальних засад комунікативної взаємодії у сфері публічного управління; логічний і діалектичний методи, метод узагальнення, комплексного і системного підходів – для вдосконалення окремих дефініцій; логічний метод – для теоретичного узагальнення й формулювання висновків та пропозицій.

### Результати

Діяльність мас-медіа, як і характер масової комунікації, сьогодні визначається *глобалізаційними процесами*, без наукового дослідження яких неможливе адекватне розуміння статичних і динамічних характеристик політичної культури та ідеології, так само як і закономірностей розвитку соціальної толерантності в сучасних умовах, зіставлення різних ідеологічних систем та їх впливу на ментально-психологічні засади національного розвитку (Гриценко 2003).

Досліджуючи мас-медіа як складову людської комунікації, Л. Ороховська зазначає, що терміни «мас-медіа», «медіакультура» введені для позначення засобів масової комунікації та особливого типу культури інформаційного суспільства. В українській мові розрізняють поняття «засоби масової інформації» (ЗМІ) та «засоби масової комунікації» (ЗМК), тоді як у західних дослідженнях практикується термін «мас-медіа» (Ороховська, 2011).

В Енциклопедії сучасної України О. Савченко визначає мас-медіа як особливу соціальну систему, призначену для регулярного виробництва, тиражування і розповсюдження інформації в суспільстві. Таким чином, мас-медіа – це також засоби передачі інформації групі людей, тобто засоби масової інформації. Як зазначає науковець, термін «засоби масової інформації» на пострадянському просторі з'явився в 1970-х роках як переклад з французької «Moyens d'information de masse», хоча у Франції він практично вийшов з ужитку в другій половині 1960-х років. Термін мас-медіа – повторення англійського «mass media», що є скороченням від «media of mass communication» (Енциклопедія сучасної України, 2018).

Варто зазначити, що мас-медіа часто послуговуються інформацією з соціальних мереж відомих посадовців і політиків. Передруки твітів є важливою складовою медіаконтенту і це не лише українська практика, а й закордонна теж. Однак, як стверджують фахівці, «інформаційне середовище соціальних мереж, з огляду на його зростаючу впливовість на свідомість користувачів, поступово стає також об'єктом впливу громадських організацій, владних структур, бізнесу. Воно також стає об'єктом маніпулятивних технологій, негативних інформаційних впливів» (Онищенко, 2013, с. 14).

Водночас, враховуючи європейський контекст інформаційної політики України, Л. Губерський підкреслює, що інформаційна привабливість України передбачає створення сучасних і адекватних умов для праці як національних, так і іноземних мас-медіа, щоб незалежно від будь-якої політичної кон'юнктури, яка здатна мінятися в силу багатьох політичних обставин, імператив державного поступу України, який гарантується Основним законом держави, залишився європейським, а значить – українським. При цьому наголошується, що ключовим елементом формування державної інформаційної політики залишається гарантування незалежності ЗМ і комунікації, прав і свобод журналістів, а також зміцнення громадянського суспільства (Губерський, Камінський, Макаренко, Ожеван та ін., 2007).



Зміни в медіасфері відображаються у всіх аспектах сучасного життя і формують принципово нове інформаційне суспільство, яке потребує інноваційних інформаційних продуктів. Сучасному PR-фахівцеві необхідно розуміти специфіку спілкування з новою аудиторією, заново опрацьовувати методики написання текстів, комбінувати різноманітні інформаційні формати для надання максимального ефекту на цільову аудиторію. У результаті перетворень засоби масової інформації поступово стають засобами масової комунікації, даючи можливість аудиторії бути не тільки споживачем інформації, а й виробником, її транслятором. Отже, зростає роль зв'язків з громадськістю, актуалізується управлінський аспект. Як зазначає А.В. Полонський, «у сучасному суспільстві особливою інноваційною динамікою відрізняються такі інституційні сфери, як журналістика, реклама і зв'язки з громадськістю, які, будучи орієнтованими на цілеспрямований рух інформації у великих соціальних групах, особливо зацікавлені в диверсифікації інформаційно-комунікаційних технологій та їх активному впровадженні в свої практики, оскільки це забезпечує ефективність досягнення їхніх цілей» (Полонський, 2015, с. 21).

Німецький соціолог Н. Луман у своїй праці «Реальність мас-медіа» розглядає можливість існування реальності, яка формується під впливом діяльності засобів масової інформації, вказує на існування подвійної змістовності реальності, яку представляють мас-медіа. З одного боку, це сама реальність існування засобів масової інформації як технічного засобу, тобто «реальна реальність»: реальність мас-медіа полягає у їхніх власних операціях (у пресі та мовленні, читанні, перегляді телепередач). Визначальною для цієї реальності є комунікація як триєдність змісту інформації, процесу повідомлення інформації та розуміння її отримувачем. З іншого боку, реальність є конструкцією, спроектованою засобами масової інформації, яка полягає у відображенні мас-медійного змісту інформації для інших і постає, з першого погляду, як дещо незалежно існуюче. Таким чином, мас-медіа «конструюють ще одну реальність, відмінну від них самих» (Луман, 2006, с. 8–10).

Ці дві реальності, переплітаючись між собою, формують наші знання, уявлення про навколишній світ. Таку двоякість Н. Луман пояснює так: усе, що ми знаємо про наше суспільство і навіть про світ, у якому живемо, ми дізнаємося через мас-медіа... З іншої сторони, про самі мас-медіа ми начулися такого, що не можемо довіряти цьому джерелу. Ми чинимо опір їхнім діям, підозрюючи, що нами маніпулюють, але по суті це нічого не міняє, бо отримані нами з мас-медіа знання немовби самі собою складаються в замкнутий каркас, елементи якого укріплюють один одного.

Найважливіша *функція мас-медіа* – надавати об'єктивну інформацію, на основі якої можна скласти реальну картину сьогодення; забезпечувати свободу думки та слова, право публічно виражати свої думки, відстоювати власну громадянську позицію (Погоріла, 2015, с. 8); здійснювати контроль за роботою різних гілок влади, порушувати актуальні питання, стежити за розв'язанням важливих проблем.

Мас-медіа, будучи інструментальною складовою владних структур, конструюють реальність у їхніх інтересах, подаючи інформацію так, що вона набуває статусу реальної події. Підбір фактів, блокування небажаної інформації та оціночних суджень, відповідні коментарі створюють певну картину й до аудиторії доноситься тільки та «реальність», інформація про яку пройшла через засоби масової інформації. Розширення свободи інформаційного вибору виявляється ілюзією. Хоч і є значний вибір каналів і форм подачі інформації, проте рівень інформованості суспільства загалом знижується, а оцінка подій здійснюється на основі стереотипів. Формування стереотипів і створення певного враження або ставлення до того чи іншого факту, події І. Панарін справедливо відносить до технології маніпулювання свідомістю (Панарин, 2003).

Становлення глобального комунікаційного простору також впливає на роль та функції мас-медіа. Виділяють такі традиційні функції мас-медіа: інформаційна; критична; контролююча; функція політичної освіти населення; функція артикуляції та інтеграції суспільних потреб та інтересів; функція мобілізації.

Поява нових видів мас-медіа впливає на зміну психології суспільства в цілому, оскільки нові комунікаційні технології розвивають або подавляють певні риси соціального характеру. Нові види комунікаційних технологій, насамперед поява інтернету, а також демасифікація виробництва, яка стала наслідком появи нових технологій, призвели до посилення атомізації суспільства. Як зазначає



Н. Полякова, «два фактори – стандартизуючий вплив техніки й технології на індивіда, з одного боку, та втрата індивідом істинних типів солідарності, з іншого, перетворюють його в одну людину та ізольовану людину маси» (Полякова, 2004, с. 248–249).

Мас-медіа, як функціональна система, що орієнтується на суспільну думку політичної системи, підхоплює та абсорбує протестні теми й може сприяти як їхній актуалізації, так і втраті популярності. Висвітлення певних тем протесту дозволяє засобам масової інформації за допомогою висвітлення конфліктів із постійно змінними темами, підбору кадрів та коментарів формувати певну громадську думку. Спостерігається планування протестів, на що звертає увагу Н. Луман: «Протест інсценує «псевдоподії» (так вони називаються в медіадослідженнях), тобто події, які були раніше вироблені для репортажу про них, і взагалі не відбулися б, якби не існувало мас-медіа. Протестні рухи використовують мас-медіа, щоб звернути увагу, але (як показують новітні дослідження) не для рекрутування прихильників. Циклічність відносин є очевидною. Уже при плануванні власних акцій протестні рухи налаштовуються на готовність мас-медіа дати про них повідомлення і на їхню телегенічність» (Луман, 2006, с. 298–299).

Аналізуючи особливості взаємодії органів державної влади та мас-медіа, П. Вербицький доводить, що мас-медіа часто розглядаються не як соціально відповідальний бізнес, а як складова політичного капіталу чи впливовості. Маніпулювання засобами масової інформації, використання їх для проведення спеціальних інформаційних операцій, необ'єктивність та упередженість у висвітленні суспільно-політичних подій спричиняють падіння рівня суспільної довіри до засобів масової інформації як інституту та до продюкованої ними інформації. У відносинах державної влади та мас-медіа спостерігається домінування недемократичних способів взаємодії, розрив між офіційним декларуванням принципу свободи слова та реальною практикою її впровадження (Вербицький, 2016, с. 25).

Дослідниця М. Лашкіна аналізує позитивні моменти співпраці мас-медіа та органів державної влади з точки зору терміну «взаємодія». Комунікативна взаємодія – це узгоджена діяльність зі спільними цілями, коли кожен учасник виконує лише те, що може виконати цілком професійно, тобто така діяльність спрямована на раціональність і якість здійснюваних заходів. Під поняттям взаємодії владних органів із засобами масової інформації авторка розуміє постійні взаємозв'язки, що об'єктивно існують між ними, обумовлені загальними цілями, які досягаються в процесі взаємовпливу та взаємного використання можливостей зазначених систем для досягнення як загальних, так і власних цілей (Лашкіна, 2005, с. 237–238).

У дослідженнях процесу медіатизації політики та функції мас-медіа у сучасному суспільстві В. Блінцова, визначаючи особливості впливу мас-медіа на суспільство та політику, виділяє такі концепції впливу мас-медіа: концепція тотального впливу, концепція обмежених ефектів діяльності мас-медіа, концепція глобалістської орієнтації, семіотична концепція мас-медіа та постмодерністські концепції медіа. Водночас у мас-медіа виражається ідея відкритих публічних дискусій з важливих питань суспільного розвитку, тому вони виступають соціальним інститутом з організації політичного діалогу та засобом досягнення громадянського консенсусу. Політична взаємодія у сучасному світі опосередковується мас-медіа, у діяльності яких визначаються й відображаються процеси впливу суб'єктів із різноманітним статусом, обмін інформацією між ними (Блінцова, 2013, с. 126–131).

Досліджуючи правове регулювання державної політики у сфері мас-медіа О. Кульчій основними складовими механізму реалізації державної політики у сфері мас-медіа визначає: законодавчо-правовий, організаційний, економічний, соціальний та інші елементи, які взаємодіють між собою з метою досягнення цілей державної політики в галузі засобів масової інформації (Кульчій, 2015, с. 131–134). Відтак, актуальним завданням є законодавче закріплення основ державної політики у сфері мас-медіа, що дасть можливість однозначно визначити пріоритет і завдання у цій сфері. Однак це завдання є вкрай складним, оскільки вимагає віднаходження і закріплення балансу між інформаційними правами та свободами громадян, а також заходами контролю за інформаційною сферою.

Зміни в діяльності засобів масової інформації зумовили глобалізацію інформаційних процесів, змінюючи та інтенсифікуючи міжнародні політичні відносини. Ці загальносвітові процеси глобалізації викликали якісно нову комунікаційну ситуацію й впливають на формування свідомості, активності



людини, враховуючи політичну ситуацію, що склалася в сучасному українському суспільстві (Петровський, 2011, с. 224–229).

Під впливом інтенсивного розвитку інформаційного простору традиційні механізми забезпечення прозорості та відкритості влади змінюються, відкидаючи класичний еталон пізнання як застарілий і неадекватний сучасним умовам інформаційного розвитку. Представники публічної влади використовують засоби масової інформації як інструмент пропаганди та мобілізації громадської підтримки у власних інтересах. Суб'єктами публічної влади є громадяни, засоби масової комунікації та публічні, тобто обрані народом, політичні діячі. Окрім суто публічних політиків, суб'єктами публічної політики є й державні чиновники, а також політики «призначені», ті, які активно беруть участь в інформаційному обміні.

Однак з переходом суспільства на стадію інформативного, такі функції партій як поєднання певного соціального руху з тим чи іншим світоглядом та цільовими установками перебрали на себе засоби масової інформації. Вони здатні відображати інтереси та настрої соціальних та політичних рухів, певної групи людей, можуть «конструктивно» критикувати владу та владні структури, враховувати переважаючі настрої, впливати на їх формування та перебіг. Використовуючи засоби масової інформації, органи публічної влади впливають «на сприйняття дійсності та ставлення до світу політики» (Радченко, 2011).

В окремих випадках індивід, який є членом суспільства, не може уникнути взаємодії з інформаційним простором соціуму: він сприймає, перероблює різноманітні інформаційні потоки та функціонує, співвідносячи свої погляди з тією картиною світу, яка формується у нього під впливом медіа. Переважну частину політично значимої інформації людина отримує саме завдяки розповсюдженню повідомлень, а не з власного досвіду (Крюков, 2006). Часто засоби масової інформації пропонують «вибудовану» картину політичної реальності за допомогою інтерпретації інформації.

Таким чином, мас-медіа стали невід'ємною частиною життя сучасної людини, і хоча засоби масової інформації несуть необхідну людині інформацію, розвивають у людях почуття власної гідності, прагнення до свободи, водночас вони здатні підкоряти, дезінформувати, залякувати. Маніпулювання людьми за допомогою засобів масової інформації є дуже простим і дієвим способом формування суспільної думки. Так чи інакше, засоби масової інформації перетворилися на могутній соціальний інститут, вплив якого важко переоцінити.

Так, мас-медіа є важливим інструментом державного управління, але прямо залежить від існуючого політичного режиму в державі. Вирішальними для влади є відкритість та забезпечення доступу громадян до інформації про діяльність влади, залучення населення до обговорення суспільно важливої інформації і, звісно ж, реалізація цього неможлива без залучення мас-медіа.

Загалом, нові медіа суттєво розширили планетарно-масштабні можливості комунікації і, безперечно, вплинули на формування нової суспільної реальності. Завдяки системі комунікації масова культура охоплює більшість членів суспільства і підкорює їхню поведінку, уявлення, захоплення, а також систему цінностей єдиному стереотипу і таким чином маніпулює суспільною свідомістю. Сучасні мережеві технології дозволяють прямі стратегії влади замінити прихованими, неявними. З іншого боку, очевидно, що роль комунікативних технологій все більше зростатиме, що, без сумніву, матиме вплив на буття людини в культурі й визначатиме основні тенденції соціокультурного розвитку (Шевчук, 2010, с. 44).

Отже, сьогодні мас-медіа впевнено зайняли свою нішу в масово-комунікаційній сфері. З огляду на це, на часі нові дослідження у цій царині. Той факт, що соціальні мережі мають потужну силу впливу на масову свідомість, спонукає не втрачати пильність, адже цим можуть скористатися маніпулятори. Позитивним чинником є те, що соціальні медіа стали фундаментом розвитку громадянського суспільства. Через масовий вплив на громадську думку здійснюється оперативне інформування та консолідація громадян навколо важливих питань як державного, так і соціального характеру (Рудик, 2020, с. 198–206).

## **Дискусія та висновки**



Мас-медіа належить провідна роль у забезпеченні суспільства політичною інформацією. Саме мас-медіа створюють можливість для комунікації між органами державної влади та суспільством, а також справляють суттєвий вплив на здійснення громадянами політичного вибору. Політична інформація подається мас-медіа різними способами – від об'єктивно-нейтральної до суб'єктивно-оціночної, водночас у пострадянських країнах рівень достовірності політичної інформації знижується у міру наближення виборів. Таким чином, взаємодія влади та мас-медіа є важливою ланкою функціонування політичної системи суспільства. Мас-медіа мають великі можливості активного впливу не тільки на сприйняття громадянами органів державної влади, а й на їх відношення до політики загалом (Боднарчук, 2014, с. 330–334).

Отже, треба зазначити, що мас-медіа є невід'ємним складником механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад. Саме мас-медіа можуть допомогти індивіду вийти за межі його безпосереднього життєвого досвіду і включитися в політичну діяльність. Для того, щоб гарантувати можливість вільного отримання інформації, потрібно обмежити вплив влади та бізнесу на засоби масової комунікації, забезпечивши водночас контроль над їхньою діяльністю з боку суспільства (Лалл, 2002).

Таким чином, публічне управління в сучасному суспільстві неможливе без наявності в ньому розгалуженої системи комунікації. В умовах переходу до інформаційного суспільства зростає роль і значення мас-медіа у публічних процесах, які відбуваються в сучасній Україні. При цьому суб'єкти публічної влади перетворюються на суб'єктів комунікативного процесу. Демократичні перетворення можливі лише за умови широкої відкритості суспільства, гласності та свободи слова, які б не надавали перевагу жодній політичній силі у володінні засобами масової інформації.

Постає проблема необхідності виходу на новий рівень теоретичного осмислення суспільно-владної взаємодії як феномену, який актуалізує інтереси, потреби, світоглядні орієнтири та цінності учасників інформаційного обміну.

## Бібліографія

- Блінцова В.О.** Процес медіатизації політики та функції мас-медіа у сучасному суспільстві / В.О. Блінцова // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: С.В. Ківалов (голов. ред.), Л.І. Кормич (заст. голов. ред.), Ю.П. Аленін [та ін.] ; МОН України, НУ ОЮА. – Одеса, 2013. – Вип. 49. – С. 126–131.
- Боднарчук О.В.** Взаємозв'язок влади та мас-медіа / О.В. Боднарчук // Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип. 85. – С. 330–334. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2014\\_85\\_86](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2014_85_86).
- Вербицький П.** Взаємодія органів державної влади і мас-медіа як категорія науки про соціальні комунікації / П. Вербицький // Діалог: медіа-студії. – 2016. – Вип. 22. – С. 17–28. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog\\_2016\\_22\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2016_22_4).
- Горбань Ю.О.** Новітні комунікативні можливості у взаємодії ЗМІ, органів державної влади та громадських організацій / Ю.О. Горбань // Вісник Нац. академії держ. упр. при Президентові України. – 2013. – № 4. – С. 38–46. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu\\_2013\\_4\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2013_4_8).
- Гриценко О.М.** Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект) : дис... д-ра політ. наук: 23.00.03 / О.М. Гриценко; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2003. – 425 с.
- Енциклопедія сучасної України.** Мас-медіа. – 2018. – Режим доступу: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=64254](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=64254).
- Запорожець Т.М.** Медійний простір як середовище зародження інфолюдини. – Режим доступу: [http://ippo.org.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2180&temid=41](http://ippo.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=2180&temid=41).
- Імерідзе М.** Сутнісно-функціональний аналіз мас-медіа / М. Імерідзе // Психологія і суспільство. – 2016. – № 1. – С. 109–113. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psis\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psis_2016_1_9).



- Інформаційна політика України: європейський контекст** : моногр. / Губерський Л.В., Камінський Є.Є., Макаренко Є.А., Ожеван М.А. та ін.; голов. ред. Головка С.В. – К. : Либідь, 2007. – 360 с.
- Крюков О.І.** Політико-управлінська еліта України як чинник державотворення : моногр. / О.І. Крюков; Нац. акад. держ. упр. при Президенті України. – К. : Вид-во НАДУ, 2006. – 249 с.
- Кульчій О.О.** Правове регулювання державної політики у сфері мас-медіа України / О.О. Кульчій // Форум права. – 2015. – № 3. – С. 131–134. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP\\_index.htm\\_2015\\_3\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2015_3_25).
- Лалл Дж.** Медіа, комунікації, культура: глобальний підхід / пер. з англ. О. Гриценка, А. Гриценко, С. Гарастович, Т. Гарастович. – К. : К.І.С., 2002. – 264 с.
- Лашкіна М.Г.** Взаємовідносини влади і ЗМІ: нові виклики часу / М.Г. Лашкіна // Актуальні проблеми державного управління на новому етапі державотворення: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю, Київ, 31 трав. 2005 р. : у 2 т. / за заг. ред. В.І. Лугового, В.М. Князева. – К. : Вид-во НАДУ, 2005. – Т. 1. – С. 237–238.
- Луман Н.** Общество общества. Часть IV. Дифференциация / пер. с нем. Б. Скуратов. – М. : Логос, 2006. – С. 298–299.
- Луман Н.** Реальность массмедиа / пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.
- Мак-Квейл Д.** Теорія масової комунікації / пер. з англ. О. Возня, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
- Онищенко О.С., Горовий В.М., Попик В.Ф.** Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : моногр. / О.С. Онищенко, В.М. Горовий, В.І. Попик, Ю.М. Половинчак, Т.Ю. Гранчак, Л.А. Чуприна, А.В. Матвійчук, О.Д. Рябоконь, Н.С. Вітушко, Н.Г. Іванова, Т.Ф. Кошелева, Є.А. Кулик ; ред. Т.П. Дубас [та ін.]. – К. : НБУВ, 2013. – 220 с.
- Ороховська Л.А.** Мас-медіа як складова людської комунікації / Л.А. Ороховська // Вісник Нац. авіаційного ун-ту. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2011. – № 1. – С. 135–138. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau\\_f\\_2011\\_1\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2011_1_34).
- Панарин І.Н.** Технология информационной войны. – М. : КСП+, 2003. – 320 с.
- Петровський П.** Теоретико-методологічне значення гуманітарної парадигми для діяльності соціального суб'єкта. – Публічне управління: теорія та практика : зб. наук. пр. Асоціації докторів державного управління. – Х. : Вид-во АДНДУ, 2011. – № 7. – С. 224–229.
- Погоріла Л.П.** Недержавні засоби масової інформації як інститут громадянського суспільства (теоретико-правовий аспект): автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01 / Л.П. Погоріла ; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. – К., 2015. – 20 с.
- Поліщук Ю.** Мас-медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство / Ю. Поліщук, С. Гнатюк, Н. Сейлова // Безпека інформації. – 2015. – Т. 21, № 3. – С. 301–308. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin\\_2015\\_21\\_3\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin_2015_21_3_13).
- Полонский А.В.** Медиа и их текстовая реальность / А.В. Полонский // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2015. – № 18 (215). – Вып. 27. – С. 17–24.
- Полякова Н.** XX век в социологических теориях общества. – М. : Изд-во «Логос», 2004. – 384 с.
- Радченко О.В.** Держава і демократія : перший мультисемантичний політичний словник : навч. посіб. – Х. : Вид-во Асоціації докторів державного управління, 2011. – 312 с.
- Рудик М.** Вплив соціальних медіа на формування громадської думки / М. Рудик // Вісник Львівського ун-ту. Сер.: Журналістика. – 2020. – Вип. 48. – С. 198–206.
- Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 році.** – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2800872-stavlenna-naselenna-do-zmi-ta-spozivanna-riznih-tipiv-media-u-2019-roci-rezultati-sociologicnogo-opituvanna.html>.
- Трегуб К.С.** Особливості функціонування мас-медіа у період трансформації сучасного українського суспільства: проблема соціальної відповідальності / К.С. Трегуб // Вісник Львівського ун-ту. Серія соціологічна. – 2015. – Вип. 9. – С. 138–146. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu\\_sociology\\_2015\\_9\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu_sociology_2015_9_16).



**Шевчук К.** Вплив мас-медіа на формування нової суспільної реальності / К. Шевчук // Наукові записки [Нац. ун-ту «Острозька академія»]. Сер. : Філософія. – 2010. – Вип. 6. – С. 38–44. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoafs\\_2010\\_6\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoafs_2010_6_7).

**Ясиневич С.Л.** Місце і роль мас-медіа у процесі формування соціально-комунікаційної сфери громадянського суспільства / С.Л. Ясиневич // Теорія та практика державного управління. – 2018. – Вип. 3. – С. 138–145. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu\\_2018\\_3\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2018_3_21).

**Curran J.** Rethinking the Media as a Public Sphere. Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere / ed. by P. Dahlgren and C. Sparks. – London : Routledge, 1991. – P. 27–57.

## References

Attitude of the Population to the Media and Consumption of Different Types of Media in 2019. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-preshall/2800872-stavlenna-naselenna-do-zmi-ta-spozivanna-riznih-tipiv-media-u-2019-roci-rezultati-sociologicnogo-opituvanna.html> [in Ukrainian].

Blintsova V.O. (2013). The Process of Mediatization of the Politics and Function of the Media in Modern Society. *Aktualni problemy polityky : zbirnyk naukovykh prats.* MON Ukrainy, NU OIUA, Odesa. Vol. 49. PP. 126–131 [in Ukrainian].

Bodnarchuk O.V. (2014). The Interconnection of Power and the Media. *Hileia: naukovyi visnyk.* Vol. 85. PP. 330–334. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2014\\_85\\_86](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2014_85_86) [in Ukrainian].

Curran J. (1991). Rethinking the Media as a Public Sphere. Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere / ed. by P. Dahlgren and C. Sparks. Routledge, London. P. 27–57 [in English].

Encyclopedia of Modern Ukraine. Mass Media (2018). Retrieved from: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=64254](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=64254) [in Ukrainian].

Horban Yu.O. (2013). New Communication Opportunities in the Interaction of Mass Media, Government Authorities and Public Organizations. *Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezidentovi Ukrainy.* No. 4. PP. 38–46. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu\\_2013\\_4\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2013_4_8) [in Ukrainian].

Hrytsenko O.M. (2003). Mass Media in the Process of Democratic Transformations of Ukrainian Society (Political and Cultural Aspect): Thesis of Doctor of Political Science: 23.00.03. *Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Instytut zhurnalistyky,* Kyiv. 425 p. [in Ukrainian].

Imeridze M. (2016). Essential-Functional Analysis of Mass Media. *Psykhohiia i suspilstvo.* No. 1. PP. 109–113. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psis\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psis_2016_1_9) [in Ukrainian].

Information Policy of Ukraine: European Context: a Monograph (2007) / Huberskyi L.V., Kaminskyi Ye.Ye.,

Makarenko Ye.A., Ozhevan M.A., etc. Lybid, Kyiv. 360 p. [in Ukrainian].

Kriukov O. (2006). Political-Administrative Elite of Ukraine as a Factor of State Formation: a Monograph. Vyd-vo NADU, Kyiv. 252 p. [in Ukrainian].

Kulchii O. (2015). Legal Regulation of the State Policy in the Sphere of Mass Media. *Forum prava.* No. 3. PP. 131–134 [in Ukrainian].

Lashkina M.H. (2005). Power Relations and the Media: New Challenges in Time. *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia na novomu etapi derzhavotvorennia: materialy naukovo-praktychnoi konferentsii za*



*mizhnarodnoiu uchastiu*. Kyiv, 31 May 2005 : in 2 vol. / ed. V.I. Luhovohyi, V.M. Kniazieva. Vyd-vo NADU, Kyiv. Vol. 1. PP. 237–238 [in Ukrainian].

Luhmann N. (2005). *The Reality of the Mass Media*. Praksis, Moscow. 256 p. [in Russian].

Luhmann N. (2006). *Society of Society. Part IV. Differentiatio*. Lohos, Moscow. PP. 298–299 [in Russian].

Lull J. (2002). *Media, Communication, and Culture : A Global Approach*. K.I.S., Kyiv. 264 p. [in Ukrainian].

McQuail D. (2010). *Mass Communication Theory*. Litopys, Lviv. 538 p. [in Ukrainian].

Onyshchenko O.S, Horovyi V.M, Popyk V.F. (2013). *Social Networks as a Factor in Civil Society Development: a Monograph*. NBUV, Kyiv. 220 p. Retrieved from: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0003166> [in Ukrainian].

Orokhovska L.A. (2011). *Mass Media as a Component of Human Communication*. *Visnyk Natsionalnoho aviatytsiinoho universytetu. Seriiia : Filosofiia. Kulturolohiia*. No.1. PP.135–138. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau\\_f\\_2011\\_1\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2011_1_34) [in Ukrainian].

Panarin I.N. (2003). *Information Warfare Technology*. KSP+, Moscow. 320 p. [in Russian].

Petrovskiy P. (2011). *Theoretical and Methodological Significance of the Humanitarian Paradigm for the Activity of a Social Subject*. *Publichne upravlinnia : teoriia ta praktyka : zbirnyk naukovykh prats Asotsiatsii doktoriv derzhavnoho upravlinnia*. Vyd-vo ADNDU, Kharkiv. No. 7. PP. 224–229 [in Ukrainian].

Pohorila L.P. (2015). *Non-State Mass Media as an Institute of Civil Society (Theoretical and Legal Aspect): Abstract of the Dissertation of the Candidate of Jurisprudence: 12.00.01. Natsionalnyi pedahohichnyi universytet im. M.P. Drahomanova, Kyiv*. 20 p. [in Ukrainian].

Polishchuk Yu., Hnatiuk S., Sieilova N. (2015). *Mass Media as a Channel of Manipulative Influence on Society*. *Bezpeka informatsii*. Vol. 21, No. 3. PP. 301–308. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin\\_2015\\_21\\_3\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin_2015_21_3_13) [in Ukrainian].

Polonskiy A.V. (2015). *Media and Their Textual Reality*. *Nauchnyie vedomosti BelGU. Seriya: Gumanitarny nauki*. No. 18 (215). Vol. 27. PP. 17–24 [in Russian].

Polyakova N. (2004). *XX century in Sociological Theories of Society*. Izd-vo “Logos”, Moscow. 384 p. [in Russian].

Radchenko O.V. (2011). *State and Democracy: the First Multi-Semantic Political Vocabulary: a Textbook*. Vyd-vo Asotsiatsii doktoriv derzhavnoho upravlinnia, Kharkiv. 312 p. [in Ukrainian].

Rudyk M. (2020). *The Impact of Social Media on the Formation of Public Opinion*. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia: Zhurnalistyka*. Vol. 48. PP. 198–206 [in Ukrainian].

Shevchuk K. (2010). *The Influence of Mass Media on the Formation of a New Social Reality*. *Naukovi zapysky [Natsionalnoho universytetu “Ostrozka akademiia”]. Seriiia: Filosofiia*. Vol. 6. PP. 38–44. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoafs\\_2010\\_6\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoafs_2010_6_7) [in Ukrainian].



Trehub K.S. (2015). Features of Functioning of Mass Media in the Period of Transformation of Modern Ukrainian Society: the Problem of Social Responsibility. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya sotsiologichna*. Vol. 9. PP. 138–146. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu\\_sociology\\_2015\\_9\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu_sociology_2015_9_16) [in Ukrainian].

Verbytskyi P. (2016). Interaction between Government Authorities and the Media as a Category of Social Communication Science. *Dialoh: media-studii*. Vol. 22. PP. 17–28. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog\\_2016\\_22\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2016_22_4) [in Ukrainian].

Yasynevych S.L. (2018). The Place and Role of Mass Media in the Process of Forming the Social and Communication Sphere of Civil Society. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*. Vol. 3 (62). PP. 1–8. Retrieved from: [http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2018-3/doc/2/2\\_5.pdf](http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2018-3/doc/2/2_5.pdf) [in Ukrainian].

Zaporozhets T.M. Media Space as an Environment of Origin of Info Person. Retrieved from: [http://ippo.org.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2180&temid=41](http://ippo.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=2180&temid=41) [in Ukrainian].

## OPTIMIZING THE IMPACT OF THE MASS MEDIA ON COMMUNICATIVE INTERACTION IN PUBLIC ADMINISTRATION SPHERE

**Olena Rachynska**, *Leading Specialist of the Unit of Awareness-Building Work of the Department of Awareness-Building Work and Training Programs of the National Agency on Corruption Prevention*, <https://orcid.org/0000-0003-0974-0534>, email: [orachun@ukr.net](mailto:orachun@ukr.net)

### Abstract

*The purpose of the article is to conduct a theoretical analysis of the content, essence and functions of the mass media as an important part of the functioning of the political system of society; research on the interaction of government authorities and the mass media; features of the impact of the mass media on society and public administration.*

*Such general scientific and special methods were used in order to reach the set goals: generalization method was used in order to reveal the theoretical and methodological foundations of the communicative interaction mechanisms in the public administration sphere; system method was used in order to reveal the conceptual foundations of communicative interaction in the public administration sphere; logical and dialectical methods, generalization method, method of complex and systemic approaches were used in order to improve certain definitions; logical method was used for theoretical generalization and formulation of conclusions and proposals.*

*In accordance with the goals of the research:*

*1) on the basis of the theoretical analysis of the research field on the interaction of public administration authorities and the mass media, it was proved that public administration in modern society is impossible without an extensive system of communication;*

*2) it was established that in the conditions of transition to the information society the role and importance of mass media in the public processes, which take place in modern Ukraine, grow. At the same time, the subjects of public power become the subjects of the communicative process;*

*3) a theoretical analysis of the research field on the interaction of government authorities and the mass media, where the mass media is often seen not as a socially responsible business, but as a component of political capital or influence, was made;*

*4) it was established that the formation of the global communication space also affects the role and functions of the mass media;*

*5) features of the impact of the mass media on society and public administration were analyzed and concepts were singled out;*

*6) positive aspects of cooperation between the mass media and government authorities in terms of the term “interaction” were defined;*



7) it was proved that the mass media is an important tool of public administration, which directly depends on the current political regime in the country;

8) it was established that the mass media is an integral part of the mechanism of democracy functioning, its values and normative principles as well as an important tool of public administration, but it directly depends on the existing political regime in the country. Openness and ensuring access of citizens to information on the activities of the government as well as the involvement of the population in the discussion of socially important information are crucial for the government.

It was established that democratic transformations are possible only under the condition of wide openness of the society, publicity and freedom of speech, which would not give advantages to any political force in possession of the mass media. The author's position on the definition of positive aspects of cooperation between the mass media and government authorities in terms of the term "interaction". The article contains an original analysis of modern approaches to the peculiarities of the relationship between the government and the mass media, government authorities and the mass media as well as certain aspects of the functioning of the mass media in the processes of democratic transformations of Ukrainian society and legal regulation of state policy in the mass media sphere.

The article can serve as a methodological and theoretical basis for further study of the mass media as a component of human communication; the mass media as a channel of manipulative influence on society; features of the functioning of the mass media in the period of transformation of modern Ukrainian society; as well as the role of the mass media in the process of forming the social and communication sphere of civil society.

**Keywords:** public and administration decisions, public administration, public, functions, communicative interaction, democracy.

Received: September 06, 2019

Accepted for publication: November 25, 2019

Published: December 27, 2019

Rachynska O. (2019). Optimizing the Impact of the Mass Media on Communicative Interaction in Public Administration Sphere. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Public Administration*, (12), 26–38. <https://doi.org/10.17721/2616-9193.2019/12-3/8>