

Сухорукова А.В.

ВПЛИВ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ДУХОВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ ТА СУСПІЛЬСТВА

Актуальність дослідження. Сьогодні можна говорити про цілий ряд тривожних, небезпечних і навіть патогенних процесів у духовній сфері. Саме мас-медіа у більшості випадків визначають духовний клімат суспільства. Їх роль і значення як сьогодні, так і в майбутньому неможливо переоцінити: цивілізація нового століття буде інформаційною. У суспільстві, як ніколи раніше, виразиться особиста залежність кожного громадянина від тих емоційних і моральних потоків, які будуть нести ЗМІ. Тому дуже важливо розглянути деякі тривожні тенденції у цій сфері.

Аналіз наукових джерел і публікацій. За останні роки вийшли з друку наукові роботи та монографії, в яких вивчається й аналізується система засобів масової інформації, її роль у формуванні національної ідеї, вплив на формування громадської думки, суспільної свідомості. Значення та місце ЗМІ у житті країни розглядав у своїй роботі Москаленко А.З. [8], Лизанчук В. аналізує складні проблеми зародження національної культури, духовності, функціонування української мови в усіх клітинках державного організму [6, 7]. Проблеми активного впливу ЗМІ на політичну свідомість і поведінку громадян вивчали Пугачов О.В. та Соловйов А.І. [14, 15]. Князева М.Л. [4] розглянула, як мас-медіа визначають духовний клімат суспільства та проаналізувала залежність громадян від емоційних та моральних потоків ЗМІ, Новікова А.А. [10] вивчала роль та місце радіо, телебачення і періодичних видань у демократичному суспільстві. Незважаючи на достатньо суттєве опрацювання проблеми духовності індивіда та суспільства, узагальнююче соціально-філософське осмислення даної проблеми в контексті проблеми безпеки духовності не розглядається, тому дана стаття покликана певною мірою розкрити питання формування засобами масової інформації засад безпеки духовності в соціумі. Автор розглядає, як саме ЗМІ, впливаючи на аудиторію, формують духовність особистості, що і є метою дослідження.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- розкрити зміст понять "духовність", «чорна культура» у контексті їх висвітлення засобами масової інформації;
- виявити роль та місце ЗМІ у демократичному суспільстві, їх можливості впливу на формування духовності особистості та суспільства в цілому;
- визначити функції мас-медіа, які формують загальнолюдські цінності та ідеали;
- розглянути, як саме система ЗМІ маніпулює формуванням внутрішнього світу реципієнтів;

Сучасне життя важко уявити без засобів масової інформації. Радіо, телебачення, періодичні видання стали невід'ємними атрибутами світу сучасної людини. У постіндустріальному суспільстві влада знань та інформації стає вирішальною в управлінні державою, відтісняючи на другий план вплив грошей та спонукання. Сьогодні мас-медіа все більше служать не лише необхідним ланцюжком у складному механізмі державотворення, але і його митцем. Сила впливу ЗМІ на свідомість і поведінку громадян величезна. Оцінки всезростаючого впливу ЗМІ на суспільство прямо протилежні. Деякі автори, наприклад О.Тоффлер, вбачають у цьому явищі паростки нової, більш високої та гуманної цивілізації, інформаційного суспільства, реальний рух до "гетерогенної, особистісної, антибюрократичної, шукаючої, мислячої, творчої держави", яка здатна вирішити найбільш гострі конфлікти сьогодення. Інші мислителі, констатуючи спустошуючий та руйнівний вплив на особистість і культуру мас-медіа, і особливо телебачення, оцінюють зростаючу роль інформаційної влади дуже песимістично. Так відомий італійський кінорежисер Федеріко Фелліні вважав, що "з допомогою гіпнотичної сили видовища, яке і вдень і вночі без перерви приходить до людей в будинок, телебачення зруйнувало не тільки світ кіно, але також ставлення індивіда до дійсності. Усе життя – природа, наші друзі, література, жінки – все поступово згасає під впливом цього маленького екрану, який стає все більшим та проникає усюди. Він поглинув усе: реальність, нас самих і наше ставлення до дійсності" [цит.по: 15, 357]. Існує позиція, за якою величезні дози масової інформації можуть стати "соціальним наркотиком" для мас, можуть відучити людство від активної участі у суспільному житті, від пізнання його законів та перетворити маси у пасивних споживачів новин.

Так чи інакше, засоби масової інформації перетворилися на могутній соціальний інститут, що виховує соціально-громадянські, національно-духовні почуття, звички, спонуки, наміри, тощо. Вони беруть активну участь у формуванні та розвитку особистості, мають величезний вплив на духовне вдосконалення аудиторії, виховання високих моральних якостей та духовних принципів.

"Словник української мови" дає таке визначення поняттю "духовний": "зв'язаний з внутрішнім психічним життям людини, її моральним світом" [16, с. 445]. Близьке до духовного поняття "душевний". "Душевний – зв'язаний з внутрішнім психічним життям людини, її настроями, переживаннями та почуттями" [16, с. 447].

Втім С. Гончаренко розмежує ці поняття. "Духовність – індивідуальна виразність у системі мотивів особистості двох фундаментальних потреб: ідеальної потреби пізнання й соціальної потреби жити, діяти "для інших". Під духовністю переважно розуміють першу з цих потреб, під душевністю – другу. Душевність характеризується добрим ставленням особи до людей, які її оточують, увагою, готовністю прийти на допомогу, розділити радість і горе. З категорією духовності співвідноситься потреба пізнання світу, себе, смислу і призначення свого життя". С. Гончаренко вважає: "Людина духовна в тій мірі, в якій вона задумується над цими питаннями і прагне дістати на них відповідь. Втрата духовності рівнозначна втраті людяності" [2, с. 106].

Автор статті не буде відокремлювати ці терміни. Під "духовністю" – розуміємо внутрішнє психічне

життя людини, яка прагне жити, “діяти для інших”, пізнаючи себе та навколишній світ.

Духовність, будучи важливішим фактором, потребує безпеки, охорони з боку самого індивідуума, суспільства чи держави. Безпека духовності – це ті міри, які спрямовані на збереження сутності духовності, її високого рівня. Духовність суб'єкту, будучи внутрішнім фактором, виражається через зовнішнє буття. Тобто вона знаходиться в постійній взаємодії з зовнішнім світом, контактує, обмінюється інформацією і, як наслідок, трансформується в результаті такої взаємодії.

Людина в суспільстві одночасно є суб'єктом і об'єктом виховання. Виховний вплив на людину здійснюється і в рамках всієї соціальної системи, і в рамках сфери суспільства.

Яким же чином конкретна людина стає кращою, збагачує свої знання та вміння, пізнаючи світ і знаходячись під впливом ЗМІ, та які умови створюють ці мас-медіа, щоб моральний світ людського індивіду підвищувався, ставав досконалішим?

У наш час ЗМІ – один із могутніх соціальних інститутів освіти і виховання мас. Інститути соціального інформування – преса, радіо, телебачення – одночасно є інститутами виховання політичної культури, економічного мислення, які використовуються владними структурами в інтересах задоволення потреб суспільства, суспільного прогресу [11, с. 166].

Завдання, що виконують ЗМІ в процесі виховання це – формування ціннісних орієнтацій у представників аудиторії. Ціннісні орієнтації – найважливіша зі складових масової свідомості, що визначає реакцію людей на явища дійсності і спрямування їх поведінки. У сучасних умовах перехідного періоду посилюється їх роль у якості мотиваторів дій соціальних спільнот, які спрямовують соціум до того чи іншого майбутнього. А наявність політичного та ідеального плюралізму сприяє утворенню широкого спектру цінностей [17, с. 15].

На характер сучасних вітчизняних ЗМІ впливають і реалії ринку (конкурентна боротьба), і глобалізація інформаційних процесів, коли під впливом могутньої інформаційної індустрії Заходу зникає національна самобутність, звичними і буденними стають аморальність, сенсаційність, безпринципність, масова культура (мистецтво зрозумілого, тривіального), коли розмиваються кордони між реальним та ідеальним, допустимим та вседозволеним.

Досвід історії показує, що ЗМІ здатні слугувати різним цілям: нести пізнавальну інформацію людям, розвивати в них почуття власної гідності, жадобу до свободи і соціальної справедливості, сприяти компетентній участі у суспільному житті, збагачувати особистість, а також духовно підкоряти, дезінформувати і залякувати, розпалювати масову ненависть, сіяти недовіру і страх.

Відомо, що вплив ЗМІ здійснюється через вплив на розум та почуття людини. Так, у демократичних державах переважає раціональна модель масових комунікацій, розрахована на переконання людей за допомогою інформації та аргументації, побудованої у відповідності з законам логіки. Ця модель відповідає західному типу менталітету, їх культури. Вона припускає змагання різних ЗМІ у боротьбі за увагу і довіру аудиторії.

Живе слово та зоровий образ володіють більшою силою емоційного впливу на особистість, який може затьмарити раціональні доведення та аргументи.

Все ж головний вплив на суспільство мас-медіа здійснюють через інформаційний процес. Основними етапами цього процесу є отримання, відбір, коментування і розповсюдження відомостей. Від того, яку саме інформацію, у якій формі і з якими коментарями отримують суб'єкти, залежать їх наступні дії. «Мати важливу інформацію - значить мати владу; вміти відрізнити важливу інформацію від неважливої означає володіти ще більшою владою; можливість розповсюджувати важливу інформацію у власній режисурі або приховувати її означає мати подвійну владу» - пишуть автори сучасного навчального посібника політології ФРН [14, с. 411].

Засоби масової інформації відіграють велике значення у пізнанні світу, у забезпеченні динамічного спілкування, у підтриманні соціальної рівноваги, але в той же час вони володіють руйнівною силою, іноді стають знаряддям маніпуляції свідомості.

Безпосереднє володіння такою владою - прерогатива ЗМІ. Вони не лише відбирають відомості, які надають інформаційні агентства, але й самі виробляють їх, а також виступають коментаторами та розповсюдниками.

Суспільству необхідні засоби масової інформації як самостійна сила, автономна від держави, тому що тільки за таких умов мас-медіа виконуватимуть свою роль.

Саме використання ЗМІ з метою маніпулювання представляє собою найбільшу небезпеку для громадян і демократичного суспільства. Воно представляє собою скрите управління політичною свідомістю та поведінкою людей, щоб примусити їх діяти (або не діяти) всупереч власним інтересам [14, с. 416]. Маніпулювання засноване на перекручуванні інформації та відвертому обмані. Причому це не заради врятування, а корисні дії.

Маніпулювання як спосіб соціального управління має для його суб'єктів багато переваг у порівнянні з силовими та економічними методами панування. Воно здійснюється непомітно для людей, якими управляють, не несе за собою прямих жертв та крові, не вимагає більших матеріальних витрат.

У наш час деякі засоби масової інформації володіють майже безмежним радіусом дій, величезними можливостями культурно-інформаційної експансії. Вони нав'язують свої культурні та споживацькі стандарти, смаки. Таким чином виховують ціннісні орієнтації, які не відповідають історико-культурним реаліям, культивують розкіш і "споживацтво у світі бідності" тим самим дестабілізують економіко-політичну ситуацію, ламають культурну самобутність народів. Як відзначає С.Б. Кримський, найпотужнішою селективною системою затвердження культури виступають національні чинники, бо нація і є визначальною сферою

функціонування культури. Культура існує тільки в національному вигляді, бо нація є специфікованим автопортретом людства і водночас історичною особистістю (бо має індивідуальні риси, як і особа), втілює історичний досвід і, головне, ті вимоги часу, епохи, історичної перспективи, які і дозволяють уявити ціннісний зміст культури [5, 58].

А відтак, ми впевнені: сьогоднішня свобода інформації потребує обмежень. Інформаційна влада, подібно владі політичній та економічній потребує контролю з боку суспільства. Без цього свобода інформації перетвориться у привілей незначної групи людей й інструмент соціального панування. Екс-віце-прем'єр міністр з питань гуманітарної політики Микола Жулинський зазначав: "Через недосконалість нормативно-правової бази, національна інформаційна інфраструктура формувалась стихійно, основною мотивацією її становлення були і є прибутки, політичні інтереси і амбіції"[1, с. 4]. Також віце-прем'єр у своєму виступі наголошував, що треба вболівати за майбутнє держави, виховання гуманістичних переконань у молодого покоління, високої духовної культури суспільства. На думку М. Жулинського, необхідно покласти кінець цьому засиллю низькопробної, психологічно вбивчої продукції засобів масової інформації.

Сьогодні ціннісно-орієнтуючий вплив на людину сприймається як природна діяльність ЗМІ. Ціннісно-орієнтуючі функції часто виступають необхідним доповненням до діяльності ЗМІ як оперативного інформатора про події у людській свідомості, пізнавальне і ціннісне ставлення до навколишнього світу співіснує в єдності.

Ідеологічні, моральні, естетичні цінності самі можуть виступати як прискорювачі або гальма процесу наростання знань, тим самим в значній мірі визначається успіх або недолік інформаційної діяльності органів управління [11, с. 167].

ЗМІ впливають на почуття та інтелект людини, повідомляючи її, доводячи до її свідомості інформацію, змістом якої є соціальна дійсність, прагнучи до того, щоб ця інформація стала провідною в її практичних справах і вчинках.

Мова йде про те, щоб розкрити перед людиною сенс її власного буття, основні тенденції історичного процесу, навчити її самостійно мислити, приймати вірні рішення [8, с. 3].

Владні структури можуть розраховувати на стабільний стан суспільства лише у тому випадку, коли вони будуть приділяти достатню увагу не тільки економічному, але й духовному розвитку суспільства. Для реалізації цієї мети будь-яке суспільство створює відповідні організації, служби і центри. З'являються і спеціальні канали, за допомогою яких ціннісні установки можуть бути донесені до широких верств населення. Таких каналів немало: політичні, громадські партії, організації й рухи, заклади культури, первинні формальні й неформальні групи, школа й церква, преса і телебачення, радіомовлення і кінематограф тощо.

Є.П. Нікітін виділяє такі три першоджерела духовного світу людини: пізнавальне, моральне та естетичне. Вони існують у тісному зв'язку. Причому моральне джерело з давніх часів стає лідируючим у духовному світі [9, с. 4]. Інша справа, що люди ніяк не можуть навчитися засвоювати ці великі цінності, постійно і повною мірою жити цю гуманістичну мораль.

Як відомо, за часів СРСР система українських ЗМІ була трансформована у тоталітарну журналістику, яка була виразником ідеології Комуністичної партії, потік інформації зазнавав тотального контролю. Радянська влада, декларуючи саме інформативну функцію ЗМІ, насправді на перший план висувала інформативно - пропагандистську. Сьогодні українська система ЗМІ зазнає впливу західної традиції, яка на перший план висуває інформативно – розважальну, сенсаційну функції ЗМІ, маючи на меті не стільки пропагувати якісь ідеї, а скільки відвернути увагу аудиторії від глобальних проблем суспільства. Західна система ЗМІ вплив на аудиторію чинить не через прямі пропагандистські методи, а через вплив на емоційно – підсвідомий рівень реципієнтів: використовуючи природні страхи людей (смерть, насилля, руйнації, тощо), а з іншого боку природні слабкості (жадоба, лінь, похіть, заздрість, тощо).

Людина нашого часу живе у негативному інформаційному полі. Її переслідують погані новини. І справа не лише у суспільно-політичній ситуації, але й у самих принципах роботи з фактами, подіями, їх відборі і поданні на сторінках періодичних видань та з екрану телебачення.

За природою своєї праці журналіст, щоб привернути увагу до події, повинен її загострити та драматизувати. Але сьогодні працівники ЗМІ не обмежуються тільки цим: робота засобів масової інформації в наші дні - це відбір переважно негативних або сумнівних фактів. Розповідь про благодійну акцію, про позитивну діяльність конкретної людини має більше труднощів при проходженні на сторінки друку, на радіо або телебачення, чим події, пов'язані з руйнівними проявами.

Князева М.Л. припускає, що існує певна таємна заборона на позитивні емоції [4, с. 97]. Це виходить із концепції роботи ЗМІ: інформація повинна викликати дуже сильну, різку реакцію у людини, вона повинна вивести із інертного стану, схвилювати. Тому увага фокусується на деструктивних подіях. Такий вплив фахівця називають системою негативного тиску.

Робота ЗМІ спирається на західну теорію журналістики, яка стверджує: добра новина - це не новина. Новина - це те, що чіпляє людину за болюче. Але ж західні засоби масової інформації виходять із ситуації стабільної, байдужої людини, яку можна зачепити лише методом синдрому болі, тому створюють відповідну "відібрану реальність". Як наслідок виникає хиткий малюнок світу, в якому превалюють небезпека, загроза, трагізм. І емоційна палітра у людини складається із страху, жаху, образ, розчарувань, почуття безпосередньої загрози, небезпеки, безсилля і, нарешті, заздрості - її провокують сварливі розповіді із життя сильних світу цього.

Як наслідок, виникає тривожний тип особистості – агресивний або байдужо-агресивний. Це супроводжується гальмуванням моральної, інтелектуальної, творчої активності людини; стає повільнішим або навіть

припиняється його особистісне зростання і формування незалежної індивідуальності.

Відомий історик і культуролог ХХ століття А. Дж. Тойнбі пише з цього приводу, що у спотвореності західної преси відчувається владна сила сучасного індустріалізму і демократії, які намагаються утримати основну масу людей на як можна більш низькому рівні духовності. Він доходить висновку, що стагнація має є фундаментальною причиною кризи. А результат діяльності розлученої реальності - невротизований, нестійкий тип особистості [цит. по: 4, с. 98].

Для аналізу сучасної духовної ситуації необхідно описати блок явищ, які в повсякденному житті отримали назву "чорної культури". З нею ми стикаємося щодня, коли вмикаємо телевізор і бачимо агресивні дитячі мультфільми, фільми жахів, бойовики, нав'язливу рекламу, яка спонукає до споживання величезної кількості товарів та послуг.

Дослідники відмічають: якщо раніше (на перших етапах) мистецтво цікавилось соціальними хворобами, то потім воно йде глибше і зосереджується на патологічних процесах, що відбуваються у глибинах людської свідомості [13, с. 98]. Наприкінці ХХ ст. зображення патологічних процесів у людській душі стає все більш очевидним завданням мистецтва, яке вже не лише досліджує, але й стає провокатором такого деструктивного розвитку особистості.

Явище "чорна культура" виникло на перетині трьох джерел: хворих проблем, вигаданих авангардом форм і спеціальних засобів впливу на свідомість і підсвідомість.

Тенденція до отримання деструктивної особистості співпадає з потаємними інтересами цивілізації споживання, яку ще називають "цивілізацією інстинктів", так як необмежено розвивається виробництво, тому необхідно мати споживача, здатного безмежно використовувати продукти.

Але стабільне, здорове суспільство орієнтується на аскетичну людину. Більш того, культура є системою формування потреб. І висока культура впливає на щоденність людини таким чином, що вона скорочує його фізіологічні потреби, розвиваючи їх в інших сферах – інформаційній, емоційній, інтелектуальній, моральній, естетичній та ін. Вона працює у напрямку трансформації потреб низького типу (тваринних) у більш свідомі, з яких головна - бути і залишатися людиною. Культура звільняє людину з полону інстинктів та бажань; зводить її у сферу прозоріння та співчуття, тим самим скорочує її ненажерливість, обмежує жадібність [4, с. 99]. Культура формує гармонійно розвинуту, духовну людину та здоровий спосіб її життя. Ця людина самодостатня, урівноважена, внутрішньо комфортна, вона володіє прямими, безпосередніми енергетичними зв'язками зі світом.

Така аскетична людина влаштовує цивілізацію машинного виробництва, вона вступає з нею у суперечки, ціннісні конфлікти. Для такої цивілізації потрібно створити людину розбалансовану, тривожну, постійно чимось незадоволену, для того, щоб вона заїдала та запивала свій сум і шукала інші засоби анестезування тієї духовності, яка повинна підтримуватися.

"Чорна культура" - це не примітивні подробиці, не художній "брак". Це добре, розумно виконані твори, які створені за певними правилами.

Орієнтацію на особистісну дисгармонію, на дисбаланс відбиває лозунг "новизни". Порушити кордони, вийти за межі забороненого - це добре. Будь-яка естетична та інша цінність замінюється культом того, що зараз прийнято називати "навороченість": не важливо, на скільки це добре або гидко, корисно або шкідливо, головне - скільки коштів вкладено, яка техніка задіяна.

Основними об'єктами зображення стають кримінальні або патологічні обставини: акти насильства, кров, трупи. "Чорна культура" не просто тиражує смерть - вона культивує ідею смерті, тим самим знецінює життя. Така демонстрація жахів і насильства призводить до кризи співчуття: багато разів переступивши межі сприйняття, людина витрачає природну співчутливість, у неї закладається тотальна байдужість до зла. Нам показують нескінченну кількість видінь, які схожі на галюцинації шизофреніків, примушують переживати стан, властивий хворій уяві.

"Чорна культура" знімає ковдри з таємниць. Відкритість і доступність усього, постійна демонстрація проявів інтимних стосунків приводить до цинізму, аморальності. Тривіалізація стосунків, відмова від високих почуттів, висміювання сильних переживань ведуть до інтелектуальної редукції, спрощення свідомості.

Ми вважаємо, що «чорна культура» відображає стан духовної культури суспільства, що трансформується. «Чорна культура» культура негативно впливає на становлення моральних цінностей молодого покоління, на формування цілісної особистості, що має високий рівень духовності. Головний принцип такої культури - це тотальне відторгнення людини від людини, світу, самого себе. Розриваючи природні зв'язки людей, вона розвиває у особистості почуття відчуженості, емоційного збідніння.

Серед причин появи такого феномену як «чорна культура» можна назвати наступні:

- втрата колишньої культури з її духовними цінностями;
- перехід до нового суспільства, супроводжуваний зміною суспільної свідомості;
- економічні та соціально-політичні фактори, що не сприяють становленню позитивної культури (високої моралі).

Із цього стану народжуються нудота, бідність і убогість духовного життя.

Небезпека "чорної культури" у тому, що вона теж претендує бути свого роду ідеологією, пропонує власне пояснення світу і власну систему антицінностей. Її версія життя активно втручається у зону духовного вакууму. Досвід духовного орієнтування і морального опору - ось що треба виробити і чому треба навчити дітей [4, с. 101].

Світла людина - це категорія постійна. Вона не залежить ні від політичного клімату, ні від соціального сезону. Завжди й у всі епохи людство осмислювало ідею душевної чистоти і духовного світла, чистого серця і високих дум.

Стійка позитивна культурна модель створює протилежний механізм: вона формує багато систем зв'язків людини зі світом, який охоплює з усіх боків і підтримує у неї відчуття тотальної захищеності. Звідси висновок про цінність людини. Ідея нескінченного застосування людини - важливий ланцюжок у подоланні тривожності її духовного життя, у перемозі над самотністю і страхом.

Важлива роль у донесенні до широких мас саме такої (позитивної) культури, її цінностей і пріоритетів належить мас-медіа.

Висновки. У формуванні духовності людини могутнім інструментом є засоби масової інформації. Тому багатство змісту ЗМІ – джерело і основа розвитку духовності особистості. Духовне багатство суспільства – не просто сума знань чи культурних цінностей особистостей. Воно поєднує сукупність знань, які людство здобуло впродовж усього історичного розвитку і виявляється в різних формах, на різних рівнях свідомості. Водночас духовність особистості є автономною самостійністю, активністю. Неповторність життєвого шляху особистості зумовлює особливості її духовного світу, оригінальність її духовного образу, формує її творчу індивідуальність.

Перспективи подальших досліджень:

Вирішення проблеми безпеки духовності на комплексному рівні, а саме: розглянути інші аспекти, що впливають на збереження цілісності духовності людини і безпеку духовності суспільства в цілому (релігійний, виховний, освітній, мистецький аспекти).

Источники и литература

1. Беда П. Интересы державы не запрещают свободы // Урядовий кур'єр. – 2001. – №10.
2. Гончаренко С. Український педагогічний словник. – Київ: Либідь, 1997. – 376 с.
3. Калашникова Л.И. Пресса и проблемы культурного наследия // Вестник Московского университета. Сер. 10. - 1999. - №4.
4. Князева М.Л. "Черная культура" и светлый человек // Педагогика. – 2001. – №3. – С.97-101.
5. Кримський С.Б. Запити філософських смислів. – К.: ПАРАПАН, 2003. – 240с.
6. Лизанчук В. Завжди пам'ятай: ти – українець! – 2-ге доп. вид. – Львів: Мальва, 2001. – 680 с.
7. Лизанчук В.В. Радіожурналістика: засади функціонування. Підручник. – Львів: ПАІС, 2000. – 366 с.
8. Москаленко А.З. Два кити: Журналістика як система засобів масової інформації. Журналістика перехідного періоду. – К.: Школяр, 1997. – 360с.
9. Никитин Е.П. Духовный мир: органический космос или разбегающаяся вселенная? // Вопросы философии. – 1991. - № 8.
10. Новикова А.А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции // Педагогика. - 2000.- №3.
11. Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник // А.З.Москаленко, Л.В.Губерський, В.Ф.Іванов. – К., 1999. – 634 с.
12. Полуехтова И.А. Телевидение как механизм социального контроля // Вестник Московского университета. – Сер. 10. – 1998. - № 1.
13. Прохоров .П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. - М.: Изд. РИП-холдинг, 2000. – 308 с.
14. Пугачев В.П. Политология. Справочник студента. - М.: Филологическое общество "Слово", 1999. – 576 с.
15. Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию: Учебник для студентов высш. учеб. заведений. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 447 с.
16. Словник української мови. В 10-ти томах. – К.: Наукова думка, 1970 – Т.2. – 799с.
17. Устимова О.В. Социально-политические ориентации российских журналистов (по материалам экспертного опроса) // Вестник Московского университета. – Сер. 10. – 2000. – № 4. – С.15-28.