

**ВПЛИВ ЗМІ НА КОНСОЛІДАЦІЮ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ У ПРОЦЕСІ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА РЕСПУБЛІЦІ БОЛГАРІЯ
(ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ)**

***Анотація.** У статті вказано на технології впливу сучасних засобів масової інформації на формування та консолідацію громадської думки в євроінтеграційному процесі. Охарактеризовано особливості становлення болгарської демократії, що дозволило країні в певний історичний момент приєднатися до розвинених європейських країн. Встановлено, що завдяки правильним та вчасним крокам, болгарському суспільству вдалося консолідуватися навколо євроінтеграційної стратегії країни. Обґрунтовано, що це відбувалося завдяки впливу засобів масової комунікації через консолідацію громадської думки. Показано, що Україна не може без застережень взяти не лише цілісну програму мобілізації громадської думки для підтримки ідеї вступу Болгарії в ЄС і НАТО, але й більшість їх складових елементів.*

***Ключові слова:** ЗМІ, громадська думка, євроінтеграція, Україна, Республіка Болгарія, технології впливу.*

***Annotation.** The article describes the technology of the influence of modern mass media on the formation and consolidation of public opinion in the European integration process. Characterized by the peculiarities of the establishment of Bulgarian democracy, which allowed the country at a certain historical moment to join the developed European countries. It has been established that due to the right and timely steps, the Bulgarian society managed to consolidate around the country's European*

^{*} доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації Чернівецького університету імені Юрія Федьковича.

^{**} кандидат політичних наук, доцент, докторант кафедри міжнародної інформації Чернівецького університету імені Юрія Федьковича.

integration strategy. It is substantiated that this was due to the influence of mass media through consolidation of public opinion. It is shown that Ukraine can not without reservations take not only a comprehensive program of mobilization of public opinion to support the idea of Bulgaria's accession to the EU and NATO, but also most of its constituent elements.

Keywords: *Mass media, public opinion, European integration, Ukraine, Republic of Bulgaria, technologies of influence.*

Аннотация. *В статье указано на технологии воздействия современных средств массовой информации на формирование и консолидацию общественного мнения в евроинтеграционном процессе. Охарактеризованы особенности становления болгарской демократии, что позволило стране в определенный исторический момент присоединиться к развитым европейским странам. Установлено, что благодаря правильным и своевременным шагам, болгарскому обществу удалось консолидироваться вокруг евроинтеграционной стратегии страны. Обосновано, что это происходило благодаря влиянию средств массовой коммуникации через консолидацию общественного мнения. Показано, что Украина не может без оговорок принять не только целостную программу мобилизации общественного мнения для поддержки идеи вступления Болгарии в ЕС и НАТО, но и большинство их составляющих элементов.*

Ключевые слова: *СМИ, общественное мнение, евроинтеграция, Украина, Республика Болгария, технологии воздействия.*

Постановка проблеми. *Європейська інтеграція наразі набуває в Україні якісно нового змісту: з декларативного зовнішньополітичного курсу вона поступово перетворюється на комплексну внутрішню політику реформ, спрямовану на подальшу перспективу вступу нашої держави в європейське співтовариство. На цьому етапі надзвичайної важливості набуває громадська думка щодо євроінтеграції, адже саме рівень підтримки певного інтеграційного*

вектору є невід'ємним компонентом успішної політики євроінтеграції та європеїзації суспільства загалом.

З огляду на це, особливе місце на сучасному етапі посідають засоби масової інформації (надалі ЗМІ), яким відведено чи не головну роль у виробленні консолідованої позиції в українському суспільстві щодо євроінтеграційних намагань України.

Аналіз останніх публікацій. Проблема формування громадської думки та важливої ролі ЗМІ в її формуванні розглядалася багатьма зарубіжними та вітчизняними науковцями, зокрема Ю. Лотманом, М. Маклюэном, Т. Ласуелом, Д. Беллом, К. Райтом, Ю. Габермасом, Дж. Кіном, Дж. Фіске, С. Холлом, С. Кара-Мурзою, І. Панарінім, С. Грін'євим, В. Івановим, А. Цуладзе, Г. Почепцовим, О. Литвиненком, М. Ожеваном, О. Зернецькою, А. Гуцалом, Є. Тихомировою, А. Яковцем, А. Чичановським, О. Мелешенком та ін.

Питанням взаємодії влади і засобів масової інформації присвячені праці В.Здоровеги, О.Копиленка, В.Лизанчука, В.Миронченка, А.Москаленка, Г.Почепцова, В.Різуна, А.Чичановського, В.Шкляра, В.Воробйова, Т.Добросколонської, К.Маркелова, Л.Мухамедової, В.Попова та ін. Проблеми формування і реалізації сучасної державної інформаційної політики досліджують О.Гриценко, Г.Почепцов, С.Чукот, В.Шкляр. Вивченню проблем інформаційної безпеки значну увагу приділяють О.Белов, С.Сьомін, В.Бондаренко, Г.Перепелиця, О.Литвиненко та ін.

Проблеми комунікативної відкритості влади у контексті продуктивних зв'язків з громадськістю і ЗМІ у межах європейського вибору досліджували вітчизняні науковці О. Гриценко, В.Й. Здоровега, Т.М. Ілюк. Конкретні особливості формування іміджу Української держави в інформаційно-комунікаційному просторі аналізували у наукових розвідках Н. Грицяк та О. Дубас. Особливе місце у описовості досліджуваної проблематики займають результати моніторингових соціологічних досліджень з приводу формування громадської думки і ставлення громадян до євроінтеграційних прагнень нашої держави [7; 16].

Чималу увагу впровадженню закордонного досвіду у питаннях європейської інтеграції приділяють українські та зарубіжні науковці. Зокрема, група авторів з Інституту Євро-Атлантичного співробітництва України та двох болгарських партнерів: Інституту політичних та юридичних досліджень та Болгарської школи політики у 2009 р. провели ряд спільних заходів й опублікували спільну двомовну публікацію на тему євроатлантичної інтеграції України та відповідного досвіду Болгарії. В цій роботі було розглянуто і питання формування громадської думки в обох країнах щодо євроінтеграції та переймання досвіду Болгарії у питання впливу ЗМІ на формування громадської думки у суспільстві.

Віддаючи належне науковій і практичній значущості розглянутих наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених, слід, однак, зауважити, що серед невіршених запитань залишається дослідження механізмів впливу ЗМК на формування громадської думки щодо євроінтеграційних намагань України.

Мета роботи полягає у аналізі технологій впливу ЗМІ на формування, наскільки можливо, консолідованої громадської думки у процесі євроінтеграції.

Виклад матеріалу. Інформація завжди впливала на оновлення життя, розвиток суспільства, у тому числі на політичне життя, обумовлюючи пошук нових підходів, рішень. Історії відомо немало ситуацій, коли під безпосереднім впливом поширеної ЗМІ інформації (дезінформації) владні структури, відповідальні посадові особи змінювали свою позицію, приймали серйозні політичні рішення. Однак поширенішим і значущішим є їх опосередкований вплив на погляди, настрої, переконання широкого загалу громадян, на формування громадської думки. Сьогодні роль засобів масової інформації з кожним роком підвищується.

Підвищення впливу громадянського суспільства на соціальні відносини пов'язаний з демократизацією життя, підвищенням культурного та освітнього рівня населення, процесами глобалізації тощо. До громадянського суспільства в Україні можна віднести політичні партії, громадські організації, незалежні ЗМІ.

Як відомо, основними каналами вияву громадської думки вважаються: референдум, опитування населення, збори, маніфестації, всенародні обговорення,

але у той же час громадська думка сама формується під впливом багатьох факторів як стихійно (під час спілкування, освоєння індивідуального та колективного досвіду), так і цілеспрямовано. У сучасних суспільствах громадська думка зазнає інформаційно-психологічного впливу багатьох соціальних інститутів. У багатьох випадках вона є сконструйованою.

Найбільшу роль у формуванні й поширенні громадської думки відіграють ЗМК – сукупність сучасних каналів зв'язку (преса, телебачення, радіо мовлення, кіно, відео, Інтернет тощо), за допомогою яких поширюється різноманітна інформація у суспільстві. Формуючи громадську думку, засоби масової інформації, з одного боку, акумулюють певний інформаційний контент, а з іншого – впливають не тільки на свідомість, а й на вчинки, групові дії людей [5, с. 80].

У сучасному суспільстві ЗМІ виконують низку функцій, важливими серед яких є: комунікативна – спостереження за подіями і формування суспільної думки стосовно їх сутності; інформаційна – збирання, редагування, коментування та поширення інформації; ретрансляційна – відтворення певного способу життя з відповідним набором політичних, духовних, соціальних цінностей. Завдяки реалізації зазначених функцій ЗМІ справляють вплив на всі сфери життєдіяльності суспільства, на соціально-психологічний і духовно-культурний розвиток кожного члена суспільства, тому що кожна нова інформація, що надходить по каналах ЗМІ, відповідним чином стереотипізована й несе в собі багаторазово повторювані ціннісні орієнтації й установки, що закріплюються у свідомості людей.

Водночас слід зазначити, що багатоаспектне проникнення ЗМІ у життя суспільства може відігравати як об'єднуючу роль і сприяти консолідації суспільства, так і дезінтеграційну, упроваджуючи в суспільну свідомість негативні стереотипи, що, на думку Г.Блумера, особливо є відчутним в кризові періоди історичного розвитку суспільства, коли люди у стані соціальної невизначеності зазвичай підпадають під вплив, легко відкликаються на несподівані нові стимули, ідеї, а також більше піддаються пропаганді й різним маніпулюванням [1, с. 123].

В ідеалі ЗМІ можуть консолідувати різні партії й рухи, організації й спільноти, відображаючи і ознайомлюючи суспільство з їх позицією, регулярно організовуючи проведення діалогу стосовно суспільних проблем. Мас-медіа спроможні в неупереджених узагальнюючих коментарях виділяти із усіх дискусій ті пропозиції, що спрямовані насамперед на порозуміння і злагоду суспільства, а отже, виступати каталізатором об'єднання, інтеграції суспільства й зміцнення держави. Проте якщо в суспільстві ЗМІ є залежними від держави, контролюються певними фінансовими чи політичними групами, вони стають знаряддям маніпуляції суспільною свідомістю, провідниками певної ідеології і, що є найнебезпечнішим, – часто сприяють упровадженню чужих, не властивих суспільству духовно-моральних і політичних цінностей, що руйнує духовний фундамент його існування [9].

У період змін політичної та суспільної системи держави набуває важливого значення підтримка державних засобів масової інформації і комунікації, діяльність яких спрямована на поширення політичних стратегій владних інститутів, на формування у суспільстві потрібної мотивації поведінки та переконань щодо розвитку національної ідеї, консолідації суспільства на засадах незалежності держави і необхідності її інтеграції до кола розвиненої європейської спільноти. Сьогодні медіа в Україні дійсно набирають сили «четвертої влади», вказують на проблеми, породжують ідеї, дають поради і пропонують висновки, допомагають вдосконалювати і владу, і суспільство, і особистість громадянина, зокрема.

Інформаційний вимір європейського політичного курсу потребує передусім відповідної орієнтації діяльності ЗМІ на висвітлення розвитку відносин між Україною та ЄС, широке всебічне роз'яснення значення європейського вибору України, забезпечення неупередженого сприйняття громадянами України європейської інтеграції, а також регулярного інформування громадськості про політичні, економічні та соціальні процеси, що відбуваються в ЄС, окремих його державах-членах та країнах-претендентах [2, с. 332].

Мас-медіа беруть безпосередню участь у формуванні суспільної думки шляхом поширення тієї чи іншої інформації та оприлюднення тих чи інших фактів, які саме завдяки діяльності ЗМІ стають подією. З огляду на вплив ЗМІ на усі сфери життєдіяльності суспільства, завдяки чому вони стали невід'ємною складовою сучасної комунікації, мас-медіа спрямовано можуть продукувати громадську думку, здійснювати тиражування певних інформаційних смислів та кодів. Важливо усвідомлювати, що ЗМІ не розповідають про навколишній світ, а конструюють його; а саме, моделюють суб'єктивне, неадекватне сприйняття дійсності, змінюють поведінку суспільства та ставлення до тих чи інших подій та явищ [10].

Сучасна дійсність засвідчує незамінну роль засобів масової інформації у процесі взаємодії між владними інституціями та громадськістю. ЗМІ стають дуже впливовим суспільним інститутом, зростає їх значення як джерела інформації та чинника, що значною мірою впливає на формування суспільних настроїв. Зокрема, українське суспільство отримує інформацію з питань євроінтеграції власне із ЗМІ. Це також можна пояснити двома важливими факторами, а саме: у ЗМІ існує виключна можливість звертатися безпосередньо до громадськості і, відповідно, впливати на формування її думки, та серед переважної більшості українського населення мас-медіа залишаються одним з провідних достовірних джерел інформації.

Виключну позицію серед ЗМІ займає телебачення, яке гарантує привернення уваги та надання інформації багатомільйонній аудиторії. Перевагою телебачення є також швидкість надання інформації, внаслідок чого до споживача потрапляє актуальна та достовірна інформація. Телебачення лишається головним джерелом новин, проте продовжує втрачати аудиторію – за останній рік частка тих, хто використовує телебачення для отримання новин (респондентів запитували про медіаповедінку впродовж 30 днів), знизилась на 5% (2017 рік – 77% споживають новини з телебачення, 2016 рік – 82%, 2015 – 85%). З інтернет-ЗМІ отримують новини 54% (2016 рік – 55%), із соціальних мереж – 45% (2016 рік – 52%), радіо – 27%, друковані ЗМІ – 24%. Про це свідчить дослідження

«Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ» київської соціологічної компанії InMind на замовлення МГО Internews. Також з року в рік рівень довіри до новин на національних каналах падає. Так, на запитання «Наскільки ви довіряєте новинам», щодо інтернет-ЗМІ 48% респондентів відповіли ствердно (52% – 2016, 47% – 2015), щодо національних телеканалів – довіряють новинам 54% (58% – у 2016, 61% – 2015 рік), щодо регіональних телеканалів – новинам довіряють 46%, в 2016 році – 52%, 2015 – 51%. З іншого боку, можна помітити, що покращилась ситуація із медіаграмотністю. На запитання «Чи відомо вам, що в ЗМІ іноді з'являються оплачені/замовні матеріали, прихована реклама під виглядом звичайних матеріалів?» 55% відповіли ствердно – це такий самий показник, який був минулого року (у 2015 – 49%). 34% цього року відповіли, що їм невідомо про це, 11% – «важко сказати». Серед тих, хто вважає себе обізнаним з існуванням замовних матеріалів, 63% відповіли, що вміють їх розрізняти (у 2016 році – 47%, у 2015 – 57%) [6].

Зупинимось дещо детальніше на аналізі підготовки громадської думки до вступу Болгарії в НАТО та ЄС. На думку політичного аналітика В. Горбача Інституту Євроатлантичного співробітництва (Київ) досвід Болгарії у підготовці громадської думки до вступу країни в НАТО та ЄС є унікальним. Ця унікальність полягає як у національних особливостях становлення болгарської демократії, так і в історичному моменті вступу країни до європейських та євроатлантичних структур. Важливою специфікою є також їх регіональний балканський контекст. Таким чином, досвід Болгарії у роботі з громадською думкою не може бути відтворений в українському випадку повністю, без змін та адаптацій. Проте у цьому унікальному досвіді є декілька аспектів, які можна виділити як універсальні для застосування в інших країнах, зокрема, і в таких, як Україна [4].

Подібно до українців, після розпаду комуністичної системи болгари ідеалізували Захід загалом. Так само як українці, болгари бажали вступу їхньої країни більше до ЄС, ніж до НАТО. Однак, відразу після цих подій політичним елітам Болгарії вдалося намітити стратегічний курс на євроатлантичну та європейську інтеграцію й протягом 10-12 років досягти поставлених цілей.

Українська політична еліта пішла іншим шляхом. Нашій країні не вдалося досягнути консенсусу еліт щодо стратегії європейської, і, особливо, євроатлантичної інтеграції.

Політичному класу Болгарії вдалося переконати своє суспільство у необхідності інтеграційних кроків завдяки декільком важливим факторам.

Насамперед Болгарія вдало скористалася історичним моментом, коли у співробітництві з нею були зацікавлені країни ЄС та НАТО. Консолідована позиція політичних сил країни дозволила витиснути з цього моменту максимум можливої користі для національних інтересів. Влада Болгарії негайно скористалася моментом і власними непопулярними серед власного населення, але послідовними політичними рішеннями домоглася довіри політичних еліт Заходу, після чого можна було переходити до початку переговорів [13, s. 46].

По-друге, міжетнічні війни в Югославії початку 90-х рр. XX ст. та важка економічна криза в самій Болгарії добавили впевненості в майбутньому економічному благополуччі держави через членство в Євросоюзі. Відтак громадській думці було задано алгоритм почерговості інтеграційних процесів від євроатлантичної до європейської інтеграції як від простішого до складнішого. Членство Болгарії в НАТО розумілося як формально необов'язковий, але фактично необхідний крок до членства у Європейському Союзі.

По-третє, внаслідок економічної кризи на момент прийняття рішення значна частина суспільства перебувала за кордоном (трудова еміграція або студенти). Тож головною ідеєю, яка була закладена в месидж еліт суспільству, була необхідність обирати ту систему цінностей, за яку молодь та активні члени суспільства «проголосували ногами». Головним гаслом цього месиджу було – «Ми повинні зробити нашу країну такою, як ті, куди виїжджають наші діти!». Це гасло було дуже сильним, оскільки прямо апелювало до архетипу зв'язку між батьками й дітьми. У 1997-1999 рр. під цим гаслом було проведено цілу серію внутрішніх реформ, які хоч і швидко вичерпалися, але закріпили цивілізаційний вибір, вибір сучасних європейських цінностей, і залишили по собі в суспільстві потужну інерцію руху [4].

По-четверте, ідею досягнення Болгарією членства в НАТО було висунуто в несподіваний для суспільства момент і у несподіваній для суспільства формі – не як ініціативу уряду чи зовнішньополітичного відомства, а як ініціативу однієї людини, яскравої особистості – Соломона Пассі. Цей лідер громадської організації «Атлантичний клуб» будучи членом парламенту Болгарії (Народних Зборів), виступив на цю тему у національному парламенті несподівано навіть для своїх колег. Його вчинок привернув до цієї ідеї загострену увагу болгарських медіа. На момент актуалізації ідея мала підтримку в громадській думці лише на рівні 12% [8, с. 84].

По-п'яте, болгарські журналісти провели надзвичайно інтенсивну та важливу з огляду на подальші події та підтримку поетапну інформаційну кампанію за алгоритмом: 1) що таке ЄС та НАТО? 2) як говорити про ЄС та НАТО (реальні репортажі, через конкретних людей)? 3) чому Болгарії потрібне членство в ЄС та НАТО? [14, с. 83]

По-шосте, провідна та системотворча для національної політики Болгарська соціалістична партія (колишні комуністи) змінила свою зовнішньополітичну доктрину з пошуку «третього шляху» й перейшла до пояснення своїм виборцям безальтернативності європейської та євроатлантичної інтеграції Болгарії. Рішення про вступ до НАТО та ЄС ухвалювалося абсолютною більшістю парламенту без референдуму [3, с. 117].

І по-сьоме, на відміну від сьогоденної України, в Болгарії знайшлася людина, політик, який користуючись довірою європейської політичної верхівки зміг на посаді прем'єр-міністра Болгарії за одну каденцію домогтися вступу країни в НАТО і ЄС. Це колишній монарх Болгарії Симеон Борисов Сакскобургготски (Симеон Другий). Володіючи родинними зв'язками по всій Європі та маючи фактично карт-бланш серед лідерів провідних європейських держав Симеон Другий став одним з основних важелів утвердження остаточної громадської думки серед болгарського суспільства у необхідності таких інтеграційних рухів Болгарії. До-речі, болгарські ЗМІ вдало уособлювали інтеграційні процеси країни саме з постаттю Симеона Другого [15, с. 66].

На момент вступу Болгарії в ЄС (2007 р.) відсоток підтримки європейського членства Болгарії сягав вже 76%, негативно ставилося до даного питання – 10%, не визначилися – 14%. Схвалювало членство в НАТО – 39%, не схвалювало – 17%, вагаються – 34%, і не мали думки – 10% [12, с. 109].

Очевидно, що Україна не може без застережень взяти не лише цілісну програму мобілізації громадської думки для підтримки ідеї вступу Болгарії в ЄС і НАТО, але й більшість їх складових елементів. Однак окремі базові, вихідні позиції мають бути узгоджені в Україні ще до початку такої національної мобілізаційної кампанії. Йдеться, насамперед, про вибір вдалого історичного моменту, досягнення консенсусу еліт, а також максимального зацікавлення медіа щодо позитивного висвітлення цього питання.

Історичний момент для потужного ривка на Захід наша країна практично прогавила, якщо взяти до уваги вичерпаність потенціалу «помаранчевої революції» 2004 року й подальші події. Спроба досягнення консенсусу еліт у формі «Універсалу національної єдності» також не виправдала себе. На відміну від болгарських політиків, для яких Балканська криза стала каталізатором внутрішнього консенсусу щодо інтеграційних, оборонних та безпекових питань, українські політики відреагували на Кавказьку кризу серпня 2008 року загостренням внутрішньополітичного конфлікту.

Анексія Криму та війна на Донбасі стали переломним моментом у питанні вибору українського суспільства вектору розвитку, але ж якою ціною це далось українцям. Можна стверджувати, що після подій «революції гідності» та анексії Криму в Україні утвердилася чітка проєвропейська, навіть можна сказати прозахідна стратегія розвитку країни. А це спричинило кардинальну зміну в бік підтримки європейськими країнами України у її євроінтеграційних намаганнях. Зокрема, згідно даних щорічного опитування компанією KANTAR PUBLIC на замовлення Ялтинської Європейської Стратегії (YES), у 2017 р. 58% європейців підтримують вступ України в НАТО, 48% – вступ України до Європейського Союзу [11]. 58% підтримки вступу України в НАТО засвідчує те, що європейська

спільнота усвідомлює російську загрозу як для власних країн, так і для України зокрема.

На відміну від Болгарії цілковито незалежних медіа в Україні дуже мало. Можна сказати навіть більше, політичні сили й медіа часто є залежними від одних і тих самих фінансово-економічних угруповань. Таким чином, для консенсусу політичних еліт у питаннях європейської та євроатлантичної інтеграції, для позитивної зацікавленості медіа даною темою потрібен був, насамперед, консенсус українських олігархів, який у свою чергу, міг виникнути через усвідомлення ними зовнішніх щодо України загроз та викликів. Причому, варто згадати і про тісні економічні відносини українського капіталу з Російською Федерацією, що також не дозволяє в повній мірі їм прийти до вироблення проєвропейської позиції.

Висновки. Європейська та євроатлантична інтеграція сьогодні стала стратегічним пріоритетом зовнішньої політики України. Поступові кроки у цьому напрямі повинні у майбутньому привести до повноцінного членства нашої держави в Європейському Союзі. Рух до об'єднаної Європи спроможний стати важливим і актуальним чинником консолідації української нації довкола спільної, прогресивної мети, але для цього у суспільстві слід сформувавши позитивно налаштовану громадську думку стосовно можливого вступу нашої країни до ЄС. Отже, суспільство, влада і ЗМІ мають цілеспрямовано і системно продовжувати працювати над формуванням проєвропейського інформаційного середовища в Україні.

Досвід Болгарії засвідчує, що громадська думка є досить динамічною категорією і не може бути єдиним, абсолютним аргументом за чи проти європейської та євроатлантичної інтеграції. Вона є лише одним із чинників для підготовки державного рішення. Головне питання для підготовки й набуття членства – це забезпечення легітимності цього процесу, що не обов'язково корелюється з відповідними рішеннями державної влади та налаштуванням громадської думки. Отже, інформаційна кампанія та певні мобілізаційні заходи в ЗМІ мають орієнтуватися не стільки на результати соціологічних опитувань,

скільки на системну довіру населення до відповідних політиків та рішень, які ними приймаються.

Список використаних джерел

1. Блумер Г. Коллективное поведение: Пер. с англ. // Американская социологическая мысль: Тексты. – М., 1994. – 278 с.
2. Боднарчук О. Взаємозв'язок влади та мас-медіа / О. Боднарчук // Гілея: науковий вісник. – К., 2014 – № 6 (85). – С. 331-335.
3. Бурдяк В.І. Республіка Болгарія на зламі епох: політична трансформація суспільства. – Монографія. – Чернівці: Рута, 2004. – 520 с.
4. Горбач В. Робота з громадською думкою про європейську та євроатлантичну інтеграцію в Болгарії та Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gurt.org.ua/uploads/news/2009/02/04/book_ukr.pdf
5. Дзюба М.Т. Роль засобів масової інформації в формуванні громадської думки // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – Київ, 2008. – С. 77-81.
6. За рік знизилась довіра українців до телеканалів та інтернет-ЗМІ – дослідження Internews [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintsiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/
7. Інформаційно-аналітичне видання «Євроінтеграція України: досвід сусідів та перспективи об'єднання суспільства», Фонд «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва». – 50 с.
8. Карасимеонов Г. Новата партійна система в България. – София: ГорексПрес, 2003. – 224 с.
9. Карлова В.В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>

10. Кисарець І. Технології впливу ЗМІ на консолідацію громадської думки Республіки Польща у процесі євроінтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vuzlib.com/content/view/1684/>

11. Опитування громадян семи країн Євросоюзу: 58% підтримують вступ України в НАТО, 48% – членство країни в ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/political/449093.html>

12. Осадца І. Вплив членства в НАТО на колишні комуністичні країни (на прикладі Республіки Болгарія) / І. Осадца // Історико-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей. – Чернівці: ЧНУ, 2015. – Т. 29-30. – С. 107-110

13. Осадца І. Значення політичної еліти у євроінтеграційних прагненнях країн постсоціалістичного табору (на прикладі Болгарії і України) / І. Осадца // Materiały IV Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Naukowy potencjał świata – 2008». Tom 6. Historia. Politologia. Filologiczne nauki. Psychologia i sociologia.: Przemysł. Nauka i studia. – S. 45-47

14. Осадца І. Основні тенденції розвитку ЗМІ в сучасній Республіці Болгарія / І. Осадца // Історико-політичні проблеми сучасного світу: Збірник наукових статей. – Чернівці: ЧНУ, 2011. – Т. 23-24. – С. 81-86

15. Осадца І. Республіка Болгарія після трьох років членства в Європейському Союзі / І. Осадца // Український науковий журнал Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. – № 1/2010. – Університет “Україна”, 2010. – С. 64-68

16. «Україна-2016: здобутки і проблеми на шляху трансформації. Прогнози-2017. Громадська думка про підсумки 2016р.», Центр Разумкова. – 94 с.