

### Список використаних джерел:

1. Дзялошинский И. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. – М., 2006. – 104 с.
2. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/9375>
3. Пак Е. Жанрообразование в сетевых СМИ: творческие и технологические факторы: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Е. М. Пак; Санкт-Петербургский гос. ун-т. – СПб, 2014. – 22 с.
4. Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста: Учебное пособие. – М.: Изд-во Аспект Пресс, 2013.
5. Дудь Ю. Вдудь [Електронний ресурс] / Ю. Дудь. – URL: [https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ617\\_hIuA](https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ617_hIuA)
6. Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается: учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. – 236 с.

**Приходько Ю.І.**

*магістр,*

*Київський університет культури*

### **ДОВІРА ДО ЗМІ У СУСПІЛЬСТВІ**

Суспільну думку завжди формували засоби масової інформації (ЗМІ). Дослідники з моменту становлення ЗМІ піднімали питання про те, як змінюється колективна поведінка та суспільна думка під впливом засобів масової інформації [2, с. 39]. До їх числа відносимо Г. Гроцкі, Дж. Локка, І. Канта, Е. Дюркгейма, Т. Парсонса, П. Штомпка, Н. Луман, О.Г. Просвіріна, Б. Мітцел, А. Селігмен, Г. Гарфінкель, Е. Гіденс, Ф. Фукуяма та багато інших. Вони дійшли висновку, що ЗМІ мають потужну соціальну систему, яка впливає на світогляд людей. Проте важко утримувати довіру читачів через маніпулювання інформацією з боку журналістів [16]. Майстри слова, на жаль, часто подають в своїх матеріалах недостовірну інформацію, табloidну, яка формує замість реальних цінностей уявні [15].

Довіра до ЗМІ за даними 2019 року дорівнювала 29% серед українців, а сьогодні цей показник ще менше. Все це свідчить про кризу довіри в суспільстві, яке проходить наразі період трансформації [1]. Криза довіри призводить до того, що рівень згуртованості громадянського суспільства падає [1]. «Показник масової довіри або недовіри до політичних партій, діячів, соціальних інститутів (зокрема, ЗМІ) – один з найбільш уживаних, узагальнених та найбільш чутливих індикаторів в опитуваннях суспільної думки» [16, с. 135]. Н. Луман відмітив, що довіра стає необхідною умовою суспільного розвитку в силу наростання невпевненості людей у майбутньому.

Довіра до ЗМІ розглядається нами як раціонально зумовлені і емоційно підкріплені позитивні трансакції між аудиторією ЗМІ, політикою і ЗМІ безпосередньо на різних рівнях медійної системи, що спираються на внутрішню мотивацію, а не на страх і примус, які передбачають ознайомлення з позицією та аргументацією іншої сторони без витрати соціальних, психологічних та інших ресурсів на їх верифікацію.

Нами розроблена структура медіадовіри. В основі запропонованої моделі лежать наступні положення:

- довіра до ЗМІ є необхідним компонентом і субсистемою соціуму, яка складається з певних рівнів;
- довіра до ЗМІ як частина системи суспільства знаходиться в стані нерівноваги;
- довіра до ЗМІ в даній роботі описується як неавтономна система, функціонування якої формує довіру в суспільстві;
- довіра до ЗМІ може бути представлено у вигляді системи (сукупності) рівнів, що володіють певною специфікою, функціонування, яких впливає на рівень довіри суспільства до ЗМІ [5].

Довіра до ЗМІ є складною багаторівневою системою, що складається з довіри до органів влади і суспільних інститутів, історико-культурних особливостей суспільства, а також поточного рівня економічного і політичного розвитку держави. У випадку, якщо порядок денний, який формується державою, відповідає об'єктивним запитам суспільства і поточним трендам – довіра до ЗМІ зростає на всіх рівнях.

Представлена рівнева модель довіри до ЗМІ дозволяє оцінити динаміку довіри і складність процесів, які відбуваються в українському суспільстві. Довіра виступає одним з тих показників, які забезпечують його розвиток і гармонійне існування. Зниження рівня довіри, в тому числі і до ЗМІ, є проявом негативних тенденцій стагнації та занепаду

громадянського суспільства, втрати основних цінностей. У разі втрати довіри до ЗМІ, в першу чергу державних або про-державних, зростає протестний потенціал суспільства, його політична активність, прагнення до корінних змін суспільного договору між владою і суспільством [10].

У зв'язку з цим робота над підвищенням загального рівня міжособистісної довіри можлива в рамках діяльності сучасних ЗМІ, функції яких спрямовані на інформування, освіту і мотивацію суспільства. При цьому нові медіа-блоги та сторінки в соціальних мережах лідерів думок, з кількістю передплатників, порівнянним з аудиторією найбільших ЗМІ, можуть впливати на рівень довіри в суспільстві негативно, переслідуючи політичні цілі.

Для старшого покоління високий рівень журналістської майстерності та професійна етика журналіста були, є і залишаються ключовими цінностями. Покоління перехідного періоду, яке здобуло освіту і робило кар'єру в 90-і роки, багато в чому згідно зі старшими товаришами, однак ключовою цінністю для нього є суспільна довіра і суспільний клімат. Справа в тому, що професійна кар'єра починалася в середині 90-х років, які були затьмарені такими негативними процесами, як масове маніпулювання ЗМІ громадською думкою, а також журналістськими війнами на центральних каналах, які ставили метою дискредитацію того чи іншого політика. Подібні події не могли не залишити ран в пам'яті чесних професіоналів, які змушені працювати в подібному середовищі [9].

Нарешті, молоде покоління, яке розпочало професійну діяльність в період повернення центральною владою контролю над ключовими телекомунікаційними холдингами, бачить корінь всіх проблем в першу чергу в тиску держави на журналістику, проте падіння професійного рівня та професійної порядності також не залишилося їм непоміченим.

Для більш повного висвітлення питання впливу ЗМІ на формування культури довіри/недовіри ми зупинимося на розгляді відомих концепцій взаємозв'язку ЗМІ, політики і суспільства. Теорія залежності від медіасистеми заснована на припущеннях класичної соціології про те, що ЗМІ та їхня аудиторія повинні бути вивчені в контексті соціальних систем. Теорія передбачає, що люди стали більш залежними від ЗМІ, їх життя в цілому стало більш складним. Теорія передбачає, що чим більше людина залежить від наявності того, щоб її або її потреби були задоволені шляхом використання медіа, тим більш важливе значення матиме роль, яку відіграють ЗМІ в житті людини, і, отже, все більший

вплив ті медіа матимуть на людину. Здатність людей досягати своїх цілей залежить, в тому числі, від ресурсів, наданих в ЗМІ [8].

Користувачі часто не впевнені в достовірності ЗМІ як джерел інформації, проте в їх житті часто трапляються ситуації, коли інформація з ЗМІ є життєво важливою. Для збереження здатності приймати обґрунтовані рішення індивіди зазвичай шукають ознаки, що вказують на надійність отриманої інформації, і таким чином з'являється передумова до формування довіри

Аудиторія, яка активно шукає інформацію не в ЗМІ, відчуває себе менш залежною від них, причому медіаскептики шукають альтернативні джерела більш активно. Вираз довіри пов'язаний зі споживанням телепродукції і читанням газет: медіаскептики менше дивляться телевизор, ніж респонденти, які виражають довіру до ЗМІ [16].

Медіаскептицизм можна розглядати в якості індивідуальної схильності, яка має на увазі використання ЗМІ або альтернативних джерел інформації. Критична аргументація передбачає, що довіра до ЗМІ обумовлена почуттям залежності, але допустимо і зворотнє: довіра до деяких ЗМІ призводить до медіа-залежності.

У будь-якому випадку в подальшому доцільно провести більш глибоке дослідження питання довіри до ЗМІ в сучасному світі і факторів, що впливають на виникнення довіри чи його втрату.

Медіадовіра та медіазалежність не протиставлені один одному, між ними існують причинно-наслідкові зв'язки. Залежність від ЗМІ здатна викликати більшу довіру до них, але може бути справедливим і зворотнє твердження: високий рівень довіри до ЗМІ може свідчити про залежність від медіа [16].

Ми вважаємо, що в контексті проблематики довіри політичним інститутам важлива постановка питання про довіру засобам масової інформації, як специфічного політичного інституту. Згідно з логікою інституційного підходу, цей термін «довіра до ЗМІ» або «медіадовіра» повинен витікати з поняття «довіра політичним інститутам» або «інституційна довіра». При цьому вважаємо, що вживання категорії «медіадовіри» більш доцільно на соціальному рівні, коли обговорюється питання про відносини між медіасистемами і суспільством. Категорія «довіра до ЗМІ» доречна при розгляді відносин між аудиторією та ЗМІ як на макро-, так і мікрорівні.

Підводячи підсумок зазначимо, що проблема довіри до ЗМІ у нашому суспільстві потребує подальшого аналізу та використання широкого спектра методів, особливо якісних методів дослідження.

### Список використаних джерел:

1. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ.: пер. с англ. / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
2. Глушко И.В. Роль социального доверия в организации политического дискурса / И.В. Глушко // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7: философия. – 2011. – № 1(13). – С. 59–67.
3. Довіра українців до соціальних інституцій. Результати досліджені КМІС, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=81>
4. Заболотная Г.М. Феномен доверия и его социальные функции / Г.М. Заболотная // Вестник РУДН.Сер. Социология. – 2003. –№ 1(4). – С. 67–73.
5. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/Z970540.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z970540.html)
6. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ed\\_2011\\_01\\_13/T278200.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2011_01_13/T278200.html)
7. Закон України «Про інформаційні агентства» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/Z950074.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950074.html)
8. Закон України «Про телекомунікації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T031280.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T031280.html)
9. Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ed\\_2011\\_01\\_13/an/5/T112938.html#5](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2011_01_13/an/5/T112938.html#5)
10. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T375900.html#](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T375900.html#)
11. Законодательство Украины о СМИ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://knuj.org/ru/kyiv/index.html?categoryid=74>
12. Кодекс професійної етики українського журналіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nsju.org/tabmenu/kodeks\\_etiki](http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki)
13. Конечкая В.П. Социология коммуникаций: Учебник / В.П. Конечкая. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
14. Костира І. Роль засобів масової інформації в сучасній соціальній комунікації [Електронний ресурс] / Інна Костира. – Режим доступу: [http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1\\_2/8-kostyrva.pdf](http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/8-kostyrva.pdf)
15. Рівень довіри населення до українських ЗМІ продовжує знижуватися [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/news/politics/uroven-doveriya-naseleniya-kukrainskim-smi-prodolzhaet-18102014133300>
16. Стасула Н. Електронні засоби виявлення вербальної маніпуляції в ЗМІ [Електронний ресурс] / Н. Стасула. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10663/1/13.pdf>
17. Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 335 с.