

Зоряна Галаджун

ДО ПИТАННЯ ПРО СОЦІАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАС-МЕДІА

Розглядаються сучасні погляди щодо типології моделей мас-медіа, а також аналізуються поняття і види соціальної відповідальності журналіста через узагальнення поняття з різних соціальних наук.

Ключові слова: соціальна відповідальність, мас-медіа, типологія моделей ЗМІ, види соціальної відповідальності.

Рассматриваются современные взгляды о типологии моделей масс-медиа, а также анализируются понятие и виды социальной ответственности журналиста посредством обобщения понятия с разных социальных наук.

Ключевые слова: социальная ответственность, масс-медиа, типология моделей СМИ, виды социальной ответственности.

Contemporary approaches to model typology of mass media are scrutinized, as well as the concepts and the types of social responsibility of journalist by means of generalization of the concept from different social sciences.

Key words: social responsibility, mass media, typology of mass media models, types of social responsibility.

Актуальність теми дослідження. Аналізуючи правове поле журналістики, необхідно відзначити, що воно є достатньо складне [2]. На думку В. Різуна, «журналіст повинен бути правдивим і чесним. Чесним насамперед перед собою. Але він не буде чесним, якщо він безвідповідальний за своє слово, людей, країну. Безвідповідальна людина не може бути правдивою, бо правду говорять тільки з великої відповідальності за справу і за когось» [20, с. 11]. Рівень же соціальної відповідальності є залежним від тієї моделі, яка уособлюється певним мас-медіа. В. Здоровега стверджує: «Хто не бачить необхідності у тому, щоб мас-медіа подавали щоденну оперативну і різнопланову хронікально-новинну інформацію, той не усвідомлює найпершого обов'язку журналіста; хто зводить усю суть ЗМІ лише до фіксації та повідомлення новин, той загалом не розуміє глибокої сутності журналізму» [10].

Методологічна база дослідження. Основи відповідальності як соціального явища було закладено вже у моральних нормах первіснообщинного ладу. Теоретичне обґрунтування категорія відпові-

дальності отримала у середині XIX ст., зокрема у праці Л. Феєрбаха «Про спіритуалізм і матеріалізм». Нове розуміння відповідальності виникає у зв'язку зі становленням і розвитком класичного полісного державного ладу, а разом з ним відповідних йому моральних норм та правил, з появою античної етики, що сформувалася як філософське вчення про чесноти. Так, у вченні Геракліта про Логос як загальну і єдину основу світу поставлено основну етичну проблему — відношення того, як поведуться реальні люди, до того, як вони повинні себе поводити. Логос Геракліта — загальний закон, що відповідає природі людини. Якщо люди дотримувалися б його, то у світі панувала б гармонія [4]. Тобто вчення Геракліта засвідчує можливість вибору людиною варіанта поведінки, а значить — передбачається відповідальність за його результати.

Саме у той період зароджується розуміння відповідальності як внутрішньої якості індивіда. Так, на переконання Арістотеля, моральному індивіду властива потреба взяти всю відповідальність за прийняті рішення. Людину він визначає не лише як розумну істоту, а й як істоту політичну. Індивіда Арістотель розглядає через його відносини з іншими людьми, і перш за все — з державою [1]. Пізніше у грецькій філософії моральність індивіда відривається від його громадянського, політичного життя, що відповідним чином впливає на усвідомлення відповідальності людини перед суспільством і перед своєю совістю.

Метою дослідження є виокремлення поняття, видів та рівнів соціальної відповідальності, що покладається на мас-медіа та їх творчих працівників — журналістів.

Розглядаючи питання соціальної відповідальності мас-медіа та журналістів, ми не можемо не звернутися до думок визнаного авторитета в царині інформаційного суспільства М. Кастельса про те, що мас-медіа — це «постійно присутній фон, тканина нашого життя. Ми живемо ними і з ними... Точніше сказати, медіа, особливо радіо і телебачення, стали аудіовізуальним навколишнім середовищем, з яким ми постійно і автоматично взаємодіємо» [14].

Теорія соціальної відповідальності преси отримала своє розповсюдження після звіту Комісії свободи друку 1947 р. У своїй монографії «Чотири теорії преси», яка побачила світ 1956 р., Ф. Сіберт, У. Шрамм та Т. Пітерсон представили типологію моделей відносин

ЗМІ із зовнішніми соціальними та політичними структурами, в рамках яких вони функціонують [31]. Було виділено такі моделі: авторитарна, лібертаріанська (ліберальна), теорія соціальної відповідальності та тоталітарна.

За понад півстоліття, проминулих від часу її появи, не бракувало спроб удосконалити і розширити її. Найбільш продуктивною з них, на думку І. Михайлина, є концепція Деніса Маккуейла, що у дослідженні (його назву можна перекласти як «Вступ до теорії масової комунікації» [30]) запропонував на додаток до існуючих опис ще двох теорій преси — медіа періоду розвитку і періодики демократичної участі. За якими ж саме критеріями необхідно відносити медіасистеми різних держав до тої чи іншої моделі? Д. Галліна і П. Манчіні визначили чотири основні параметри, або виміри, порівняння сучасних медіасистем демократичних країн (кожен із цих параметрів у певному сенсі можна розглядати як окремий кількісний вимір):

- 1) ступінь розвитку медіаринків і масової преси;
- 2) ступінь політичного паралелізму;
- 3) ступінь розвитку журналістської професіоналізації — журналісти, власники, працівники мас-медіа як автономна соціальна група, що об'єднуються професійною ознакою;
- 4) ступінь втручання держави у діяльність окремих ЗМІ та в медіасистему загалом [9, с. 26—47].

Як відзначав Т. Джефферсон, «преса завжди набуває форми й забарвлення тих соціальних і політичних структур, у межах яких вона діє» [25]. Своєю чергою, у праці «Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики» Д. Галлін і П. Манчіні пропонують уже інші моделі: модель поляризованого плюралізму, модель демократичного корпоративізму і ліберальну модель [3, с. 65—219]. Дослідники масової комунікації, спираючись на вказані теорії, виділяють шість моделей розвитку ЗМІ: модель незалежної преси чи вільного ринку ідей (А. Оськін); радянська (соціалістична) модель; модель соціальної відповідальності; авторитарна модель; модель розвитку; модель демократичного представництва. Саме в моделі соціальної відповідальності, на думку О. Данової [6], розкривається новий ідеал поєднання свободи і відповідальності.

Інформована публіка є ключовою умовою демократії, у зв'язку з чим серед основних обов'язків мас-медіа перед суспільством ви-

діляють правдивість, точність, збалансованість; обстоюється думка, що медіа загалом повинні бути плюралістичними (а це є відображенням суспільства), доступними для різних груп і репрезентативними для різних поглядів, зокрема меншості. За цією теорією, відповідальність журналіста першочергово з'являється перед його совістю. «Журналісти, особливо молоді, рідко усвідомлюють ту відповідальність, з якою пов'язана ця професія. Вони часом забувають застосувати до себе ті сумніви, які з таким завзяттям виражають щодо інших. Занадто довіряють власним оцінкам, не піддають їх постійній перевірці», — вважає Маріон Денхофф, видавець гамбурзького щотижневика «Цайт» [7].

В. Конецька вказує, що в основі прагматичної типології мас-медіа лежать такі характеристики, як ступінь впливу і самостійність (свобода від впливу політичних, економічних і інших груп). На базі цих ознак вона виокремлює два основних типи — авторитарний і плюралістичний, в якому виділяються підтипи — вільна преса, преса соціальної відповідальності і преса демократичної співучасті [16].

Однак, як показало опитування студентів та аспірантів Національного технічного університету «КПІ», проведене кафедрою психології та педагогіки цього вишу, серед респондентів немає чіткого уявлення про поняття «соціальна відповідальність». У більшості вони звужують це поняття до виконання обов'язків та обіцянок (30%), виконання завдань (32%), відповідального ставлення за наслідки своїх дій (38%). Усього було опитано 158 респондентів (74 аспіранти та 84 студенти віком 21—25 років) [15].

Між тим за 60 років науковцями було сформульовано багато концепцій щодо соціальної відповідальності підприємств. Проте постає питання: якої концепції дотримуються українські мас-медіа? Існує широке різноманіття концепцій і підходів до соціальної відповідальності, що виникали у міру того, як суспільство бачило нову роль бізнесу, а очікування суспільства стосовно цього зростали. Критерії соціальної відповідальності дуже важко визначити, тому що вони є умовними: те, що для однієї діючої особи є відповідальним, інші можуть сприймати по-іншому. Абсолютних стандартів соціальної відповідальності немає, і вони можуть змінюватися з кожним поколінням, з кожним етапом розвитку чи прогресу суспільства, на-

буттям культурних особливостей, специфіки історичного розвитку регіону, географії чи країни [11].

Надаючи повну та об'єктивну інформацію, журналіст повинен розуміти можливі наслідки свого репортажу, тобто, з одного боку, він зобов'язаний інформувати суспільство, а з іншого — він несе відповідальність за те, до чого може призвести представлена ним інформація. Д. Авраамов розглядає різні професії з погляду етичної науки, вважаючи, що окремо серед них вирізняються ті, які мають справу з людиною, пов'язані з впливом на її долю і духовний світ. Разом з лікарем, педагогом, юристом, письменником, політичним діячем у цьому ряду стоїть і журналіст. Професія надає йому право, більше того — ставить в обов'язок, захищаючи суспільні інтереси, вершити публічний моральний суд над явищами.

Таким чином, узагальнюючи всі існуючі підходи, з невеликою часткою спрощення можна представити таку ідеальну модель соціальної відповідальності мас-медіа:

- у своїй діяльності вони повинні виконувати певні зобов'язання перед суспільством; це передбачає публікацію матеріалів, які відповідають високим професійним стандартам інформативності, точності, об'єктивності й збалансованості;
- мас-медійна практика є саморегулюючою за допомогою правових норм і відповідних інститутів;
- мас-медіа повинні здійснювати свою діяльність як виразник різних точок зору, так і можливість відповіді на критику;
- втручання у діяльність мас-медіа може бути виправданою тільки необхідністю забезпечення громадської безпеки;
- журналісти є відповідальними як перед суспільством, так і перед роботодавцем;
- мас-медіа відповідальні за те, щоб їх діяльність прямо чи опосередковано не могла сприяти проявам насильства, громадським безладдям, образи меншин. Тут мова повинна йти радше про норми права і органи внутрішньої самоорганізації журналістського співтовариства [22].

Отже, дещо узагальнюючи всі попередні визначення, можна припустити, що соціальна відповідальність мас-медіа — це добровільно взяті на себе виданнями зобов'язання перед суспільством у процесі здійснення своєї безпосередньої функції — з надання

інформації та формування громадської думки, неухильно дотримуватися правових і морально-етичних норм.

У науковій літературі відсутня єдність думок про кількість видів соціальної відповідальності. На переконання Н. Головки, соціальна відповідальність існує у формі політичної, правової та моральної відповідальності. Натомість Н. Фокіна вважає, що соціальна відповідальність складається з моральної та правової [8, с. 23]. Л. Грядунова до соціальної відповідальності відносить політичну, громадянську, партійну, виробничу, правову, моральну, сімейно-побутову [5]; А. Плахотний пропонує класифікацію, що об'єднує усі ці види відповідальності, приєднуючи до них економічну, національну та державну. Він подав багатопланову характеристику структури соціальної відповідальності. Залежно від суб'єкта дослідник виділяє особисту і суспільну відповідальність. За способами регулювання і забезпечення (правова і моральна), а також у часовому вимірі: відповідальність за минуле, за вже вчинене діяння — ретроспективна; відповідальність за майбутні дії — перспективна. Науковець також класифікує соціальну відповідальність за видами соціальних ролей, кожна з яких має свою форму відповідальності — політичну, суспільну, партійну, виробничу, професійну, сімейну [19].

О. Іваненко зазначає, що класифікація соціальної відповідальності залежить від сфери соціальної діяльності, у зв'язку з чим виділяють: політичну, моральну, суспільну, юридичну та інші види відповідальності [12]. М. Бахтін вирізняє такі види соціальної відповідальності: моральна, персональна, політична, соціальна. Р. Хачатуров вважає, що у суспільстві існує стільки різновидів соціальної відповідальності, скільки в ньому діє різновидів соціальних норм [8, с. 13]. Цікаві думки щодо структури відповідальності висловив В. Томашев. Він розрізняє чотири рівні відповідальності: пізнавальний — як відповідальність за правильне визначення прогресивної об'єктивної необхідності; аксіологічний рівень — як відповідальність за правильну оцінку існуючих можливостей для дій згідно з необхідністю; інструментально-корегуючий — як відповідальність за правильний вибір засобів і методів реалізації об'єктивної необхідності; практичний рівень — як відповідальність за результати практичних дій, що реалізують вимоги об'єктивної необхідності [26]. В. Сперанський на підставі дослідженої у науці

теоретичної бази знаходить інший, на його думку, більш вдалий підхід до аналізу структури соціальної відповідальності. Соціальну відповідальність він поділяє на дві підсистеми відносин. Це, по-перше, відносини ретроспективні, у яких суб'єкт — особа, група, клас і навіть суспільство — відповідає за вчинені дії (зокрема за проступок); по-друге, відносини як санкція за дії, що не відповідають інтересам суспільства. Санкція може бути як моральна, так і правова; правове покарання у суспільстві супроводжується моральним осудом [23]. Проаналізувавши різні підходи до визначення видів соціальної відповідальності, погоджуємося із О. Зайчук та Н. Оніщенко щодо обґрунтованості класифікації соціальної відповідальності на правову та неправову, де неправова не має юридичного характеру та виступає у формі моральної, політичної, корпоративної, релігійної, етичної та ін. [8]. Правові вимоги повинні постійно взаємодіяти з моральними та перевірятися останніми.

З точки зору низки дослідників про соціальну відповідальність можна говорити тільки стосовно таких суб'єктів діяльності, як соціальні групи і соціальні інститути, причому вони соціально відповідальні за виконання своїх функцій. На думку М. Солодкої, про соціальну відповідальність індивіда можна говорити лише тією мірою, в якій він є членом тієї чи іншої соціальної групи. Розмірковуючи, наприклад, про соціальну відповідальність журналіста [24, с. 29—31] або вченого [13, с. 192—209], науковці виходять з того, що є представники конкретної професійної групи, яка має певну соціальну значимість. Звідси випливає, що індивідуальна відповідальність представників професійних груп — це соціальна відповідальність, що являє собою єдність різних видів відповідальності, як правило, правової, службової та етичної, підтвердженням чого є майже усі викладені висловлювання різних учених про види соціальної відповідальності.

Дослідники, які дотримуються іншої позиції, багато в чому діаметрально протилежної представленій, визнають соціальну відповідальність тільки за індивідом. Оскільки він діє у *соціумі*, то його відповідальність завжди є *соціальною* і іншою бути не може. Виділяючи різні види індивідуальної соціальної відповідальності, зокрема професійну, вони трактують соціальну відповідальність професійної групи як сукупність особистих соціальних відповідальностей [18].

На сьогодні значно розширюється і змінюється організаційно-структурний аспект відповідальності як на індивідуальному, так і на колективному (професійному) рівнях. У різних ситуаціях і на різних рівнях з'являється групова відповідальність або відповідальність соціальних інститутів, у межах яких розширюється сфера дій їхніх представників, а це інколи призводить до послаблення особистої, індивідуальної відповідальності, що є, як зазначає М. Солодка, однією із проблем сучасності [21, с. 33].

Однак існують й інші підходи, що трактують соціальну відповідальність не як певний інтегратор різних видів відповідальності, а як один із видів відповідальності. Наприклад, у матеріалах Міжнародної комісії з проблем комунікації соціальна відповідальність журналіста трактується лише як один із чотирьох видів його відповідальності поряд з відповідальністю щодо засобів масової інформації та їх внутрішньої організації, правовою відповідальністю згідно із внутрішнім законодавством, правовою відповідальністю згідно із міжнародним законодавством [9]. Соціальна відповідальність журналіста тут визначається як відповідальність перед суспільством. Журналіст-професіонал несе відповідальність безпосередньо перед суспільством, але чи несе він відповідальність як професіонал чи просто як громадянин? Наявність у цій дилемі професійного та правового чинників не робить великих розбіжностей між різними аспектами соціальної відповідальності, оскільки конкретні норми діяльності формулюються не тільки для індивідів, а й для інших суб'єктів професійної діяльності.

Складніше із морально-етичними чинниками, оскільки, як уже зазначалося, традиційні етики були індивідуально орієнтованими. Одні дослідники пропонують не розглядати групи і соціальні інститути як суб'єкти моралі і, отже, заперечують наявність морально-етичної відповідальності у таких суб'єктів діяльності (наприклад [27]). Інші дослідники пропонують вважати їх суб'єктами моралі, для чого необхідно розширити рамки традиційних етичних навчань і розробити нову етику, адекватну технологічному століттю (наприклад [29]), і, отже, вважають за необхідне говорити про морально-етичну відповідальність і на соціальному рівні.

Професійна відповідальність має деякий проміжний ланцюжок між правовою та морально-етичною відповідальністю. Уперше

відповідальність фахівця була сформульована дуже давно, понад 2,5 тис. років тому, — у відомому вислові Гіппократа «*primum non nocere*» («не нашкодь»), і саме цей принцип визначається В. Різуном як основне гасло журналіста [20, с. 13]. Межі професійної відповідальності, стверджує М. Солодка, детермінуються повноваженнями, якими наділений суб'єкт певної діяльності [21, с. 40].

Отже, якщо настання правової відповідальності ми пов'язуємо, зокрема, із наявністю правової норми, то настання професійної відповідальності можливе у випадку наявності норм професійних, що, як правило, називають нормами професійної етики. «Професійна етика — це етика відповідальності» — цей вислів належить відомому американському фахівцю у галузі менеджменту Пітеру Друкеру [28]. У якихось елементах професійна відповідальність ближче до правової відповідальності, в інших — до морально-етичної. З огляду на це на індивідуальному рівні можна розглядати лише два типи відповідальності — правовий і морально-етичний, що і роблять деякі філософи [27], а професійна відповідальність певною мірою буде співвідноситися із правовими (в умовах контракту, договору), а певною мірою — із морально-етичними нормами. Особиста відповідальність у певних випадках не може регулюватися правовими нормами, тому останнім часом активно розробляються дієві механізми морально-етичної відповідальності (як, наприклад, кодекси, норми, правила професійної етики тощо). Цей спосіб урегулювання поведінки не завжди є ефективним, на нашу думку, саме через відсутність гостроти відповідальності, як це, наприклад, простежується у правовій відповідальності. Соціологічне дослідження деяких сторін професійної свідомості журналіста, проведене серед молодих журналістів, виявило, що відповідальність до найбільш важливих якостей відносять лише 31% респондентів [24, с. 115—117].

На наше переконання, найбільш ефективним інструментом формування морально-відповідального фахівця є освіта. Саме в процесі навчання молода людина повинна засвоїти знання про види і міру відповідальності за все, що вона буде робити, виховати у собі відповідальне ставлення до своїх обов'язків через усвідомлення значимості своєї професії, яка є суспільно важливою, оскільки покликана формувати, а отже, впливати на громадську думку, поряд з такими важливими професіями, як учитель та лікар.

Висновки. Соціальна відповідальність журналістики і журналіста — відповідальність перед соціумом, людьми, громадою — це основна категорія сфери журналістської діяльності. Без цієї категорії немає громадського телебачення чи радіо [17, с. 62—94]. Будучи самостійним суб'єктом, будь-який мас-медіа діє у певних рамках, які мають правовий та неправовий (морально-етичний, професійний) характер.

1. *Аристотель.* Метафизика / Аристотель // Сочинения : в 4 т. / Аристотель. — М. : Мысль, 1976. — Т. 1. — С. 63—367.
2. *Ворошилов В. В.* Право и этика в журналистике : курс лекций / В. В. Ворошилов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. — С. 16—17.
3. *Галлін Д.* Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Д. Галлін, П. Манчіні. — К. : Наука, 2008.
4. *Гомперц Т.* Греческие мыслители : пер. с нем. / Т. Гомперц. — СПб., 1999. — Т. 2. — (Сер.: Античная библиотека); *Аристофан.* Облака / Аристофан // Комедии : в 2 т. / Аристофан. — М., 1983. — Т. 1 / пер. с древнегр. — С. 153—234.
5. *Грядунова Л. И.* Социальная ответственность личности в условиях развитого социализма / Л. И. Грядунова. — К., 1979. — С. 31—32.
6. *Данова О. В.* Социальная ответственность средств массовой информации в современном российском обществе : дис. ... канд. социол. наук : спец. 22.00.06 / Данова Ольга Владимировна. — Саратов, 2003. — 229 с.
7. *Денхофф М. Г.* Границы свободы / М. Г. Денхофф. — М. : Международные отношения, 2001. — С. 93—94.
8. *Зайчук О. В.* Теорія держави і права : підручник / О. В. Зайчук, Н. М. Оніщенко. — К. : Юрінком Інтер, 2006.
9. *Заключительный доклад Международной комиссии по изучению проблем коммуникации.* — ЮНЕСКО, 1980. — 230 с.
10. *Здоровега В. Й.* Про журналістику і журналістів : статті, есе, виступи, діалоги / В. Й. Здоровега. — Львів, 2004. — С. 45.
11. *Зеленко О. О.* Засади формування концепцій соціальної відповідальності українських підприємств / О. О. Зеленко // Економічний простір : зб. наук. пр. — Дніпропетровськ, 2008. — № 19. — С. 118—123.
12. *Іваненко О.* Визначення поняття, сутності та видів соціальної відповідальності: актуальні проблеми / О. Іваненко // Право України. — 2006. — № 1. — С. 60.
13. *Карпинская Р. С.* Биология и проблема социальной ответственности ученого / Р. С. Карпинская // Методологические и философские проблемы биологии. — Новосибирск : Наука, 1981. — С. 192—209.

14. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. — М. : ГУВШЭ, 2000. — С. 155.
15. *Ковальчук О. С.* Соціальна відповідальність як важлива складова освітнього процесу в умовах технічного університету : матеріали 4-ї Міжнарод. наук.-практ. конф. «Управління в освіті». 23—24 квіт. 2009 р. / О. С. Ковальчук. — Львів, 2009. — С. 118—119.
16. *Конецкая В. П.* Социология коммуникаций : учебник / В. П. Конецкая. — М., 1997. — С. 115—120.
17. *Курбан О. В.* Правові основи функціонування соціальних комунікацій в Україні / О. В. Курбан // Держава і право. — 2009. — Вип. 46. — С. 627—631.
18. *Панов А. Т.* Социальная ответственность личности в развитом социалистическом обществе / А. Т. Панов, В. А. Шабалин. — Саратов, 1976. — С. 64.
19. *Плахотный А. Ф.* Свобода и ответственность / А. Ф. Плахотный. — Х., 1972. — С. 54.
20. *Різун В. В.* Основи журналістики у відповідях та заувагах / В. В. Різун. — К., 2004.
21. *Солодкая М. С.* Ответственность субъекта управления: состояние проблемы и перспективы исследования / М. С. Солодкая // Credo. — Оренбург, 1998. — № 1.
22. *Сосновская А. М.* Трансформация журналистских практик и самоидентификация журналистов (сравнительный анализ на материале СМИ России и Швеции) : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 / Сосновская Анна Михайловна. — СПб., 2000. — 229 с.
23. *Сперанский В. И.* Социальная ответственность личности: сущности и особенности формирования / В. И. Сперанский. — М., 1987. — С. 40—42.
24. *Теплюк В. М.* Социальная ответственность журналиста / В. М. Теплюк. — М. : Мысль, 1984.
25. Томас Джефферсон [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.peoples.ru/state/king/usa/jefferson/history.html/>. — Назва з екрана.
26. *Томашев В. В.* Сущность социальной ответственности и ее место в системе исторического материализма / В. В. Томашев // Проблемы систематизации категорий исторического материализма. — Челябинск, 1980. — С. 108—109.
27. *Abbagnano N.* Judgements of Responsibility in Ethics and in Law / N. Abbagnano // Revue Internationale de Philosophie. — 1957. — № 39. — P. 33—50.
28. *Drucker P. F.* Management: Tasks, Responsibilities, Practices / P. F. Drucker. — N. Y. : Harper & Row, 1974. — 840 p.

29. *Jonas H.* The Imperative of Responsibility (In Search of an Ethics for the Technological Age) / H. Jonas. — Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1984. — 255 p.
30. *McQuail D.* Mass Communication Theory: An Introduction / D. McQuail. — Beverly Hills, 1987. — 273 p.
31. *Siebert F.* Four Theories of the Press / Siebert F., Peterson T., Schramm W. — Urbana ; Chicago : University of Illinois Press, 1956/1963 ; *Сиберт Ф.* Четыре теории прессы / Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. — М. : Вagriус, 1998. — 223 с.

Сергій Демченко

**«БЮРОКРАТИЧНА ПРОПАГАНДА»
ЯК ДОМІНУЮЧА СКЛАДОВА
У СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ
СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ**

Аналізуються форми, методи та сучасні технології впливу на громадську думку засобів масової комунікації.

Ключові слова: *медіа, демократія, суспільство, масова комунікація, пропаганда, ідеологія, маніпуляції.*

Анализируются формы, методы и современные технологии влияния на общественное мнение средств массовой коммуникации.

Ключевые слова: *медиа, демократия, общество, массовая коммуникация, пропаганда, идеология, манипуляции.*

The forms, methods and contemporary technologies of mass communication media's influence on the public opinion are under study in the thesis.

Key words: *media, democracy, society, mass communication, propaganda, ideology, manipulations.*

Розбудова незалежної України та розвиток у ній демократичних відносин гостро поставили питання про взаємодію суспільних процесів та масової комунікації. Як свідчить аналіз, притаманні демократичному суспільству плюралістичність позицій, думок, поглядів, багатопартійна система, періодичні всенародні вибори керівних органів створили принципово нову ситуацію для функціонування засобів масової комунікації (ЗМК).

Знищення тоталітарної імперії виявило, що інформаційний простір нового суспільства став тією сферою, де панує безкомпро-