

ПРИЧИНИ ПАДІННЯ ДОВІРИ ДО ЗМІ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

У статті досліджуються проблеми ефективності, роль і функції засобів масової інформації як одного з найвпливовіших каналів розповсюдження інформації. Акцентується увага на довірі до засобів масової інформації на місцевому, регіональному та міжнародному рівнях. Визначаються основні чинники ефективності засобів масової інформації, які використовують різні методики подання інформації, а також розкривається зміст кожного чинника ефективності на основі соціологічних досліджень.

Ключові слова: довіра, соціальні мережі, засоби масової інформації, громадська думка, зв'язки з громадськістю, масова комунікація, технології, емоційний вплив, соціалізація.

Одним з найвагоміших та найвпливовіших соціальних інститутів сьогодення є засоби масової інформації. Їм надається вагома роль у створенні циркуляції інформації в суспільстві, представництві інтересів громадян, незалежній оцінці подій, інформуванні громадян з приводу законодавчих змін в країні та трактуванні нових законів і законопроектів, здійсненні комунікації між владою та громадянським суспільством, виконанні завдань демократичної держави – надання рівного доступу до інформації громадянам, висвітлення та збалансована аналітика актуальних питань та подій. Політична влада використовує засоби масової інформації для реклами, виділяючи при цьому немалі кошти. Тому проблема довіри до засобів масової інформації є гостро актуальною. Засоби масової інформації впливають на формування світоглядної позиції громадян, їхню політичну позицію, ставлення до влади та рівень політичної культури

Питання довіри до засобів масової інформації як до інструменту зв'язків з громадськістю розглядали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені різних напрямків (таких як політологія, журналістика, соціологія, психологія, філософія і т. ін). Ми звернули увагу на здобутки таких вчених: Ольшанський Д., Кулик В., Королько В., Почепцов Г., Балабанова Л., Кузнецов В., Бабкіна О., Котлер Ф., Джефкінс Ф., Фукуяма Ф. та інші. Дослідженнями рівня суспільної довіри до ЗМІ, в Україні займаються такі організації як Київський міжнародний інститут соціології, Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва, Центр Разумкова та інші. Проблема довіри до засобів масової інформації розглядається вченими давно, тому розкрито багато аспектів цього питання. Зроблені акценти на таких темах: засоби масової інформації як суб'єкти політичних комунікацій, ступінь довіри до ЗМІ на різних рівнях, вплив ЗМІ на виборчий процес, ЗМІ як інструмент рекламного ринку, ЗМІ як елемент політичного PR, маніпуляції у ЗМІ та інші. Ми вважаємо за доцільне докладніше розглянути саме причини падіння довіри до ЗМІ в сучасній Україні, з чим це пов'язано і які є можливості вирішення цієї проблеми.

Метою статті є аналіз соціологічних досліджень для виявлення причин падіння довіри до ЗМІ, висвітлення впливу ЗМІ на вибір та світоглядну позицію громадян, вивчення питання про позитивне та негативне застосування ЗМІ, аналізу рівня довіри до різних ЗМІ.

Сформульовані такі завдання:

- визначити вплив власників ЗМІ на інформацію, яка подається;
- окреслити роль ЗМІ у зв'язку між державою та громадянським суспільством;
- визначити, які ЗМІ мають найбільший рівень довіри від громадян;
- сформулювати можливі рішення проблеми падіння рівня довіри до ЗМІ.

Засоби масової інформації – це всеохоплююча система установ, за допомогою яких люди дізнаються про важливі новини, події, актуальні проблеми на регіональному, державному, світовому, глобальному рівні. Сьогодні ми не можемо уявити своє життя без ЗМІ, таких як газети, Інтернет, телебачення і т. д. Це основні джерела інформації для кожної людини, адже, щодня ми чуємо, бачимо та аналізуємо різні новини. Саме з причин такого

різноманіття каналів інформації існують такі проблеми: залежні від замовників та власників новини; ресурси, які пропагують лише певні інтереси; замовчування одних подій та створення інших; протилежне подання однієї події різними ресурсами новин та багато інших проблемних аспектів. В Україні, у зв'язку з подіями 2012 року, довіра до ЗМІ дуже знизилась, адже відкрились деякі незаконні та обманні дії представників ЗМІ. З великої кількості джерел новин залишились та підвищили до себе довіру лише деякі. Саме цьому і присвячена наша стаття, у якій ми досліджуємо проблему довіри до засобів масової інформації в сучасній Україні.

За визначенням, поданим у словнику журналіста: «Засоби масової інформації – розгалужена система установ і організацій, пов'язаних із періодичними й інтернет-виданнями, телебаченням, радіомовленням, телеграфними агентствами тощо, покликаних публічно здійснювати функцію інформування, порушувати актуальні проблеми сучасності, утверджувати національні й загальнолюдські цінності»[4, с. 40–41].

Ми погоджуємося з цим визначенням, воно конкретизує найважливіші аспекти дій ЗМІ. На практиці, як можна помітити, усі функції ЗМІ у поданому визначенні, виконуються на відмінно, але якими засобами та наскільки правдива інформація подається? Виходячи з цього, виникає питання довіри до ЗМІ, яке ми і розглянемо.

Досить часто зазначається, що інвестиції які отримує видання, телеканал і т. ін., впливають на політику інформування та вектор інформації, яку подають споживачу. Отже, першим важливим аспектом є питання фінансування ЗМІ та вплив цього фінансування на спрямування інформаційної політики засобу масової інформації. У кодексі професійної етики українського журналіста зазначено: «Незаконне отримання журналістом матеріальної винагороди чи будь-яких пільг за виконаний чи невиконаний журналістський матеріал є несумісним із званням журналіста»[2].

Таблиця 1*

Наскільки Ви довіряєте новинам?

	2015	2016	2017	2018
Довіра до загальнонаціональних ЗМІ				
ТБ	61%	58%	54%	61%
Інтернет	47%	52%	48%	58%
Друковані	34%	31%	28%	39%
Радіо	39%	36%	33%	33%
Довіра до регіональних ЗМІ				
ТБ	51%	52%	46%	56%
Інтернет	40%	45%	42%	52%
Друковані	36%	33%	31%	34%
Радіо	35%	32%	30%	35%
Довіра до російських ЗМІ				
ТБ	4%	3%	6%	4%
Інтернет	8%	7%	10%	10%
Друковані	3%	2%	6%	4%
Радіо	3%	2%	6%	3%

*Таблицю складено за даними опитувань соціологічної компанії InMind [5].

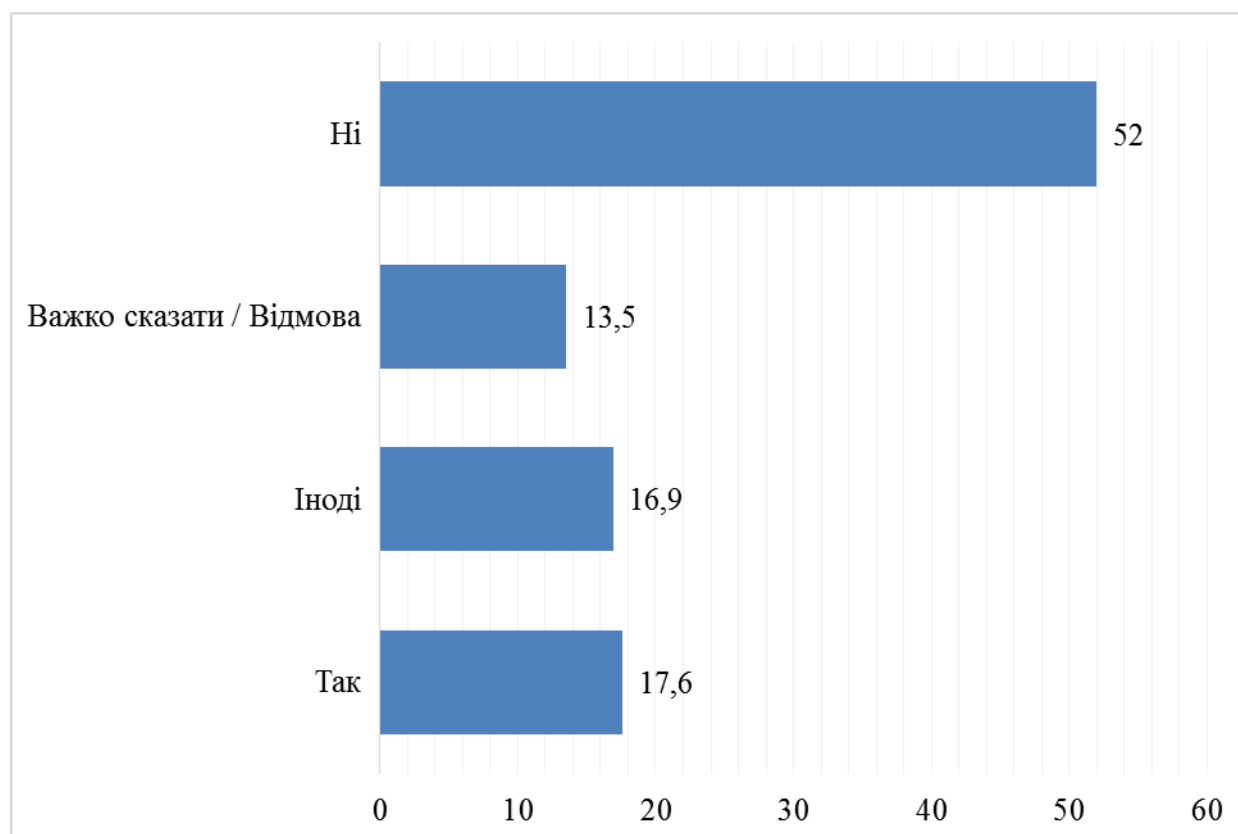
Для оптимізації роботи ЗМІ та надання громадянам можливості контролю інформації з 7 квітня 2015 року в Україні було створене суспільне мовлення, до цього часу Україна була однією з останніх країн у Європі, яка не мала суспільного мовлення. Виходячи з цього довіра

до ЗМІ має зростати, якою ж є реальна ситуація зараз ми можемо бачити вище – у таблиці 1 [5, с. 5].

Аналізуючи інформацію подану соціологічною компанією InMind можемо помітити, що динаміка довіри до новин зростає за останній рік досить сильно, це свідчить про те, що ЗМІ починають активну боротьбу з недовірою громадян. Адже, попередні роки цей показник йшов лише на спад. Кроки до знищення недовіри дедалі помітніші й активніші, але ж недовіра присутня і сформована вона роками.

Діаграма 1*

Якщо Ви отримали інформацію з українського загальнонаціонального, російського, місцевого ЗМІ або ЗМІ «ДНР» / «ЛНР», чи будете Ви перевіряти цю інформацію у ЗМІ іншої сторони?



*Діаграму складено за даними опитувань Київського міжнародного інституту соціології [3].

Не менш важливою проблемою є приватні ЗМІ. Існує велика кількість недержавних каналів, газет, радіо станцій і т.ін. Це насторожує громадян на питання: «Чи не показують нам лише те, що вигідно власникам?» Розглянемо цей аспект докладніше, зокрема ознайомившись з результатами дослідження громадської думки, які можна побачити у *діаграмі 1*. За даними соціологічного дослідження КМІС: «35% респондентів стверджують, що вони принаймні іноді перевіряють інформацію в «іншому» джерелі. Хоча враховуючи структуру джерел інформації, радше за все значна частина респондентів переоцінює свою верифікацію інформації»[3, с.18].

Медіа грамотність громадян зростає, що є дуже позитивною тенденцією. Новини «замовників» не мають ваги, яку мали раніше, адже відбувається фільтрація інформації самим споживачем. Відтак питання «вигідного» матеріалу зникає саме собою. Наочно відстежити таку тенденцію вкотре дозволяють дані опитувань соціологічної компанії InMind (*Таблиця 2*) [5, с. 38].

Оцінка частоти замовних матеріалів, 2015-2018 рр.

Засіб масової інформації	Рік	Регіональні	Національні	Російські
Телебачення	2015	15%	20%	22%
	2016	20%	20%	29%
	2017	17%	24%	18%
	2018	15%	20%	10%
Інтернет ЗМІ	2015	10%	14%	19%
	2016	11%	13%	21%
	2017	12%	14%	14%
	2018	12%	15%	14%
Друковані	2015	12%	11%	17%
	2016	11%	11%	12%
	2017	12%	13%	11%
	2018	8%	11%	8%
Радіо	2015	7%	6%	11%
	2016	7%	8%	12%
	2017	7%	8%	11%
	2018	8%	9%	7%

*Таблицю складено за даними опитувань соціологічної компанії InMind [5].

Не менш важливою є роль ЗМІ у зв'язку між державою і громадянським суспільством. ЗМІ виконують інформуючу функцію, виносять на загальне відома важливі проблеми громадян, дають аналітику та трактування гострих подій, опосередковують відносини владних інституцій та громадян і т. ін. Про цю особливість ЗМІ пише А. Моль: «Вони фактично контролюють всю нашу культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ і надають їм особливої ваги, підвищують цінність однієї ідеї, знецінюють іншу, поляризують таким чином все поле культури. Те, що не потрапило до каналів масової комунікації, у наш час майже не впливає на розвиток суспільства» [цит. за 1, с. 60]. Вислів А. Моля не перебільшує значення ЗМІ як, дійсно, четвертої гілки влади, самостійного та активного елемента політичної системи суспільства.

Ці структури займаються збиранням, обробкою, поширенням інформації серед громадян. Завдяки ЗМІ можливо дати розвиток одним подіям і відвернути увагу від інших.

Незалежність ЗМІ не гарантує їх нейтралітету. Саме тому діалектика взаємодії громадянського суспільства і держави розглядається через призму зв'язку кожного з учасників зі ЗМІ. Це забезпечує гармонійний, демократичний напрямок відносин, який дозволяє коректно та конкретно донести від одних до інших головну думку та виокремити найважливіші питання.

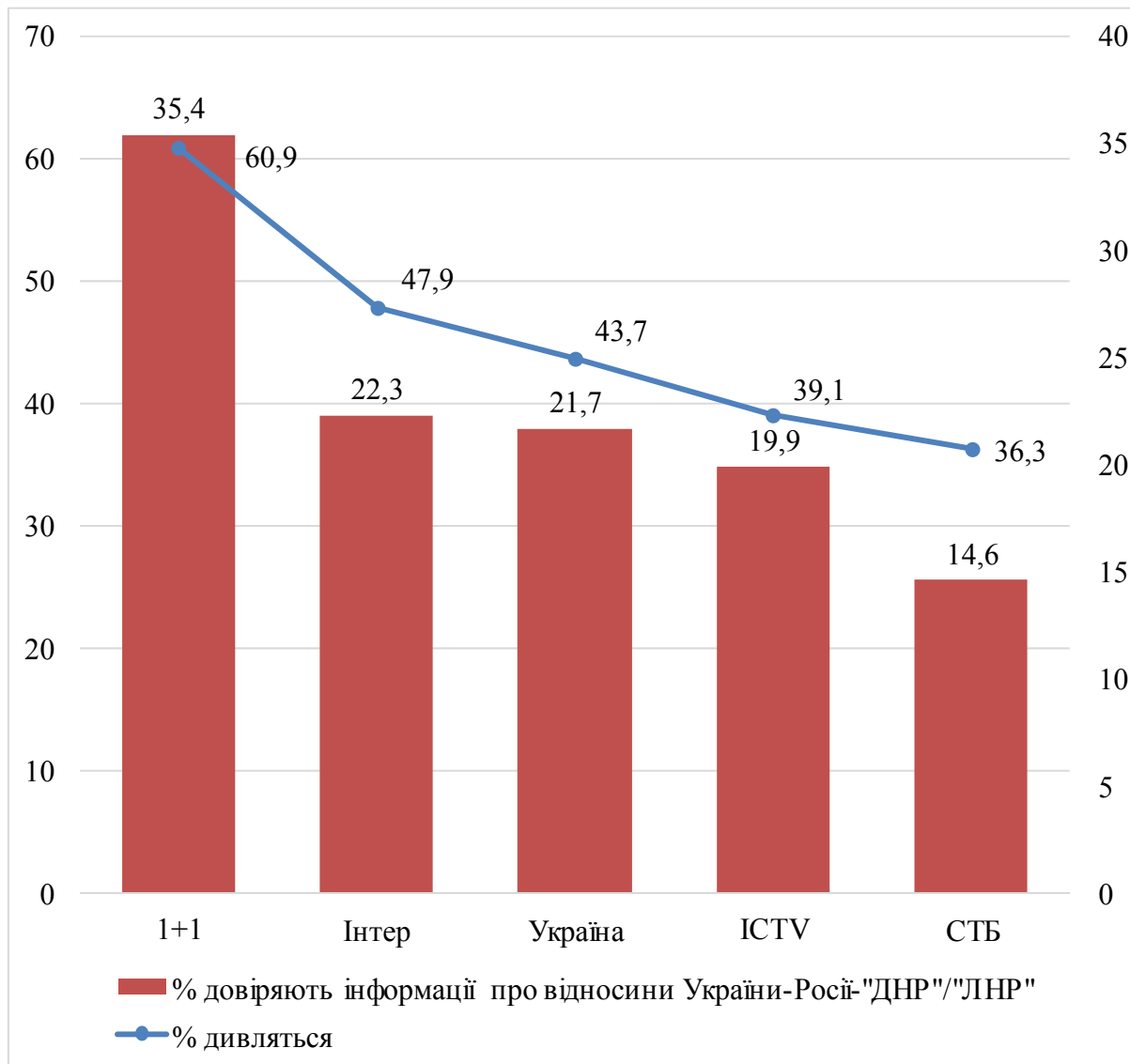
З великої кількості ЗМІ дуже важко виокремити ті, яким можна постійно довіряти.

Соціологічними центрами досліджуються питання довіри і симпатії до різних ЗМІ. Ми спробуємо виділити ті ЗМІ, яким громадяни України довіряють найбільше. За даними *таблиці 1* найбільшим рівнем довіри користуються телевізійні ЗМІ, саме їх ми і розглянемо.

Більшість громадян України дивляться новини по телевізору, які ж саме канали викликають найбільший рівень довіри ми дізнаємось за допомогою соціологічного дослідження проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (*Таблиця 3*). [3, с. 22]

Таблиця 3.

Які українські телеканали Ви найчастіше дивитесь? / Яким із цих українських телеканалів ви найбільше довіряєте стосовно інформації про події в Україні та щодо взаємовідносин України, Росії, «ДНР» / «ЛНР»?



*Таблицю складено за даними опитувань Київського міжнародного інституту соціології [3].

У середньому дорослий українець дивиться три українських телеканали. Топ-каналами за загальною аудиторією є «1+1» (дивляться 61 % опитаних), «Інтер» (48 %), «Україна» (44 %), ICTV (39 %), СТБ (36 %). Коли йдеться про довіру до інформації, не більше 35 % довіряють конкретному каналу. Ці ж п'ять каналів у топі за кількістю населення, що довіряють їхній інформації: «1+1» (35 %), «Інтер» (22 %), «Україна» (22 %), ICTV (20 %). Тобто близько половини глядачів телеканалу довіряють контенту щодо подій в Україні та щодо взаємовідносин України, Росії, «ДНР» / «ЛНР» [3, с. 22].

З великої кількості каналів громадяни обирають ті, які, на їх думку, справді висвітлюють події так, як це є, не прикрашаючи їх, не намагаються «замилити очі» іншими подіями. Ми вважаємо, що в будь-якому разі інформацію потрібно перевіряти та звірювати з іншими ресурсами новин, тому що маніпулювання може бути не помітним, але присутнім. Як зазначено в *Таблиці 4*, показник який відповідає за перевірку інформації зростає, а з ним

зростає і медіакультура громадян, що гарантує розвиток лише дійсно якісного продукту [5, с. 35].

Таблиця 4.

За якими ознаками Ви визначаєте, чи можна довіряти інформації в ЗМІ? 2015-2018 рр.

	2015	2016	2017	2018
Звертаю увагу на те, чи представлені різні точки зору	28%	28%	26%	29%
Звертаю увагу на джерело/походження новин	24%	25%	23%	28%
Звертаю увагу на те, кому належить канал/ газета / радіо	13%	11%	12%	14%
Не маю визначених ознак, інтуїтивно	29%	19%	21%	26%
Довіряю улюбленим ЗМІ, тим які знаю і до яких звик/звикла	24%	28%	27%	26%
Не знаю як відрізнити інформацію, якій можна довіряти	12%	11%	11%	9%
Важко сказати	6%	6%	7%	5%

*Таблицю складено за даними опитувань соціологічної компанії InMind [5].

Існують також соціальні медіа, довіра до яких зростає тому що, велику частину нашого часу ми витрачаємо на Інтернет. Це дуже дискусійне питання, оскільки соціальні медіа мають високий рівень інформаційної участі, але вони діють стихійно, для них характерний суб'єктивізм, організаційна єдність відсутня. Частіше за все тут йдеться про представництво однієї особи, а не організації, тому довіряти таким медіа дуже небезпечно. Їх існування робить можливими втілення прийомів маніпулювання суспільними настроями та думками, саме завдяки тому, що є можливість підібрати гострі й близькі кожному теми та «розпалити» їх в необхідну мить, задля використання у своїх інтересах.

Висновки. Отже, засоби масової інформації покликані інформувати людей про актуальні події та створювати демократичні відносини між владою і громадянським суспільством, бути гарантом правди та представником дійсних інтересів людей.

За допомогою соціологічних досліджень ми виявили основні причини падіння довіри до ЗМІ, а також з'ясували, які з них викликають найбільшу довіру в громадян України, на які потрібно звернути більшу увагу, які слід частіше перевіряти. Також були розглянуті окремі аспекти можливого впливу ЗМІ на свідомість людей, що допоможе людям обійти ці «пастки». У наш час ЗМІ борються за довіру до них та намагаються бути чесними та справедливими, ця позитивна динаміка дає змогу вірити у можливість створення демократичних та незалежних джерел інформації в сучасній Україні. Водночас ця ситуація потребує постійного моніторингу, адекватних політико-правових основ, системних наукових досліджень, громадської та державної підтримки.

Використана література:

1. Дубов Д. Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій // Політичний менеджмент 2007. №1.С. 57–65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2007_1_8 (дата звернення 14. 10. 2018)

2. Кодекс професійної етики українського журналіста. URL: <http://nmpu.org.ua/kodeks/> (дата звернення 12.10.2018)
3. Протидія російській пропаганді та медіаграмотність: результати всеукраїнського опитування громадської думки. Аналітичний звіт. Київ : Детектор медіа, 2018. 64 с.
4. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті; ред. Ю. Бідзілі. Ужгород : Закарпаття, 2007. С. 40-41.
5. Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні: соціологічне дослідження. 2018. URL: https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf (дата звернення 15.10. 2018)

Costrubsciaia G. The Reasons of the Fall Of Confidence in the Media in Modern Ukraine

The article examines the problems of the effectiveness, role and function of the media as one of the most influential channels of information dissemination. The emphasis is on trust in the media at the local, regional and international levels. The main factors of the effectiveness of mass media, which use different methods of information presentation, are determined, as well as the content of each factor of effectiveness based on sociological research is revealed.

Keywords: trust, social networks, mass media, public opinion, public relations, mass communication, technologies, emotional influence, socialization.