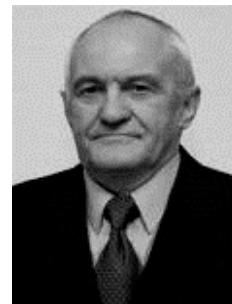




УДК 070.11:316.77-049.5](477):316.776.23(470+571)



Валерій Гастинищук,
завідувач відділу моніторингу ЗМІ
Книжкової палати України



Михайло Онищук,
кандидат історичних наук, доцент
старший науковий співробітник
відділу моніторингу ЗМІ
Книжкової палати України

Особливості діяльності вітчизняних ЗМІ у контексті нових викликів і загроз інформаційній безпеці України

У статті розглянуто особливості діяльності вітчизняних ЗМІ у контексті інформаційно-психологічного протиборства, окремі проблеми деструктивного впливу мас-медіа, наголошено на потребі формування моделі соціальної відповідальності ЗМІ.

Ключові слова: вітчизняні ЗМІ, інформаційно-психологічне протиборство, деструктивний вплив, інформаційна агресія РФ, інформаційні технології, протидія негативному інформаційно-психологічному впливу, інформаційна безпека, "операція базового ефекту"

Постановка проблеми та її зв'язок із практичними та науковими завданнями. Надзвичайно широкий спектр завдань і можливостей ЗМІ зумовлює об'єктивну потребу визначити їх основні функції та соціальну роль у формуванні громадянського суспільства в умовах гострого інформаційно-психологічного протиборства. Вирішення цього питання дало б змогу поєднати свободу преси з відповідальністю перед суспільством з метою його інтеграції, цивілізованого розв'язання економічних, соціальних, політичних, релігійних та інших проблем, формування спільних цінностей і цілей, відображення думок і позицій різноманітних соціальних груп.

В умовах глибокої економічної, політичної та соціальної кризи в Україні новітні інформаційні технології в системі засобів масової інформації створюють особливе комунікативне середовище, в межах якого відбувається трансформація традиційної системи цінностей і формування нових способів взаємодій, зв'язків, норм і правил поведінки в суспільстві.

Інформаційний простір України позбавлений цілісної системи регулювання, що призводить до проблем із захистом інформації, авторських прав, честі та гідності. Про це заявив голова Державного комітету телебачення і радіомовлення України О. Наливайко під час обговорення проекту Указу Президента України "Про затвердження Стратегії розвитку інформаційного простору України на період до 2020 року".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Діяльність ЗМІ завжди перебувала в центрі уваги науковців, політиків, державних діячів. Якщо раніше мас-медіа були переважно засобом передавання інформації й комунікації, то сьогодні це потужний інструмент інформаційного й психологічного впливу на широку аудиторію, один із ефективних способів формування

віртуальної реальності та управління людьми. Основними елементами інституту засобів масової інформації є преса, видавництва, телебачення, кінематограф, радіо, інформаційні агентства, служби зв'язку з громадськістю та медіа, рекламні агентства, глобальна мережа Інтернет тощо. Цим елементам притаманні певні спільні якості, а саме: звернення до масової аудиторії, доступність широкому колу адресатів, корпоративний зміст виробництва, швидке поширення інформації тощо.

Основи наукового розуміння ролі й місця засобів масової інформації в сучасному суспільстві закладено у праці "Чотири теорії преси" відомих американських фахівців Ф. С. Сибєрта, У. Шрима і Т. Петерсена, опублікованій 1956 року [1].

Науковому осмисленню ЗМІ приділяв увагу й видатний німецький соціолог-теоретик М. Вебер, який розумів їх як інструмент акцентованого вираження інтересів різноманітних соціальних груп і формування людини як члена суспільства [2].

Доволі влучно роль сучасних ЗМІ охарактеризував російський соціолог О. Зінов'єв, який вважав засоби масової інформації "Ватиканом сучасного світу". На його думку, телебачення, газети, радіо, інформаційні агенції грають першу скрипку в ментальній ідеологічній сфері [3].

ЗМІ як інструмент і засіб підготовки та ведення інформаційних війн, технологію формування "керованого хаосу", стратегію непрямої дії й "м'якої сили" розглядає професор М. Сенченко. Саме книга є продуктом і джерелом інформації, за допомогою якого зберігається та передається суть національного характеру й культури. Теле- й радіоіндустрія, у порівнянні з іншими сферами соціально-економічного й суспільно-політичного життя, найбільше впливають на процеси

глобалізації, призводять до стирання національних граней та уніфікації інформаційного простору. Ця проблема актуальна для багатьох країн, що намагаються зберегти незалежність, етнічну самобутність і культурний потенціал [4].

Окремі проблеми функціонування ЗМІ в сучасних умовах розглядали вітчизняні вчені Г. Почепцов (теорія комунікації), Д. Дубов (ЗМІ як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій), В. Литовченко (особливості сучасних ЗМІ як соціального інституту інформаційного суспільства) та ін. Водночас аспектам діяльності ЗМІ у сфері інформаційно-психологічного протидіяння, проблемам формування віртуального простору й деструктивним впливам сучасних ЗМІ, протидії негативному інформаційно-психологічному впливу на особистість і суспільство загалом приділено, на наш погляд, замало уваги.

Отже, метою статті є дослідження особливостей функціонування вітчизняних ЗМІ у контексті інформаційно-психологічного протидіяння, аналіз окремих проблем формування віртуальної реальності й деструктивного впливу сучасних мас-медіа, а також висвітлення питань протидії негативному інформаційно-психологічному впливу на особистість і суспільство.

Виклад основного матеріалу. В умовах сучасних викликів і загроз на форми, способи, жанри й спрямованість діяльності вітчизняних ЗМІ кардинально впливають потужні зовнішні та внутрішні чинники.

Головними зовнішніми факторами, які позначаються на контенті й риториці повідомлень вітчизняних засобів масової інформації, є: гібридна війна Російської Федерації (РФ) проти України; зростання загрози збройного протистояння між США і РФ, особливо через події на Сході України та в Сирії; боротьба нашої держави за європейську інтеграцію й вступ до НАТО; непролонгація договору про дружбу, співпрацю й партнерство України та РФ, розірвання угоди з Росією щодо Азовського моря та ін. Загалом такі чинники можна визначити як "стратегічну нестабільність".

Аналіз публікацій, журналістських розслідувань, історичних розвідок доводить, що сьогодні бракує ґрунтовних публіцистичних досліджень, які б свідчили про витоки, причини й головних акторів цієї стратегічної нестабільності. Вітчизняна журналістика ще доволі молода, ще не повною мірою сформувалась у вирії бурхливих подій, кардинальних змін в українському соціумі, в умовах гострого інформаційно-психологічного протидіяння. Перехід від державних ЗМІ до громадського книгодрукування, радіо й телебачення здійснюється повільно, потребує додаткових зусиль всіх інститутів влади та суспільства. Якщо загалом формально ЗМІ виходять із-під опіки органів державної влади різних рівнів, то фактично їх діяльність сьогодні далеко не найкраща.

До внутрішніх факторів і умов, в яких функціонують вітчизняні ЗМІ, передусім віднесемо етнічну, політичну, духовну, культурну роздробленість українського суспільства. За весь період незалежності в нашій державі так і не було сформовано й втілено в життя національно-державницьку ідеологічну докт-

рину. Головним внутрішнім чинником загроз і викликів інформаційній безпеці України на нинішньому етапі її розвитку є брак консолідованої, належно сформованої й реалізованої державної інформаційної політики, яка забезпечувала б становлення політичної української нації.

Сьогодні вже формується підґрунтя для вирішення цієї проблеми: впроваджуються в життя доктрини інформаційної безпеки України від 23.04.2008, 1.05.2014, 25.02.2017, створено Міністерство інформаційної політики, відбувається роздержавлення ЗМІ, більш консолідовано здійснюється відсіч інформаційній агресії Російської Федерації.

На діяльність вітчизняних ЗМІ активно впливає процес підготовки до майбутніх президентських виборів. Явище політичної джинси, що яскраво виявляється в період виборчих кампаній, сьогодні прямо пов'язано з корупційними моделями партійного фінансування в Україні. Не вирішивши цю проблему, не можемо вирішити й проблеми політичної джинси у виборчий період. Більшість учасників виборів мають непрозоре фінансування. Частина політичної реклами, агітаційних матеріалів та політичного піару в медіа зазвичай проплачують позавибірчі фонди, а ці кошти часто мають сумнівне походження. Чи обґрунтовано в такому разі висувати претензії лише до медіа та журналістів? Звичайно, ні [5].

ЗМІ як інструмент підготовки та реалізації інформаційних операцій активно використовують для проведення "операцій базового ефекту" (ОБЕ). Це поняття нове, а отже потребує подальшого осмислення й наукового дослідження. Сьогодні його трактують як подію, навколо висвітлення якої зосереджено зусилля медіа, органів державного управління, політичних партій, громадських організацій, інакше кажучи — весь спектр засобів, що мають назву "стратегічні комунікації". Подія повинна мати відповідну мету, широкий суспільний резонанс, коротко- і середньострокову перспективу розвитку.

Такі операції, як "Україна без Кучми", "Кольчужний скандал", "Вбивство журналіста Гонгадзе" та ін., що проводилися із середини 1990-х — до початку 2000 рр., здебільшого були спрямовані на внутрішню аудиторію й мали на меті зміну вищого державного керівництва. Вітчизняні та закордонні ЗМІ скеровували зусилля на підірив довіри широких мас до чинної влади, зовнішньополітичного курсу України, необхідності вступу до ЄС і НАТО.

Після Революції гідності, насильницького неправного відторгнення Кримської автономії та Севастополя від України й приєднання до Російської Федерації на правах її суб'єктів, військової агресії РФ на Сході України протягом 2014 р. основні завдання в "операціях базового ефекту" стосувалися розкриття сутності й змісту гібридно-месіанської агресії РФ проти України. Акценти контенту ЗМІ зміщено переважно на зовнішній об'єкт — Російську Федерацію. До ОБЕ можна віднести й такі операції, як "Отруєння Скрипалів", "Свободу українському в'язню Сенцову!", "Джавеліни" США в Україні" тощо.

Однією з важливих особливостей в діяльності ЗМІ є те, що нині вони стали своєрідним посередником між людиною та навколишнім світом, відтворюючи його з більшим чи меншим ступенем вірогідності. Віддзеркалену медіа картину реального світу можна охарактеризувати як світ віртуальний, тобто світ уявний, оскільки ступінь відповідності зображення реальності невизначена й мінлива. Проте людина приймає такий спосіб подання відомостей та припускає можливість дезінформації не тільки тому, що ЗМІ розширюють інтелектуальні та інформаційні можливості, а й тому, що інформація, навіть недостовірна, має масовий характер.

Не сприймати ці повідомлення означає втратити інформаційну орієнтацію, без якої часом неможливо існувати в сучасному суспільстві. Лише одиниці здатні морально протиставити себе громадській думці, витримавши шквал емоцій на свою адресу й численні життєві проблеми, що виникають у подібних ситуаціях.

Така тенденція характерна не лише для України, а й для більшості держав світу. Людство переходить від безпосереднього пізнання навколишнього світу до пізнання світу, опосередкованого через ЗМІ, — світу віртуального, який посилено видається за реальний. Зокрема, в низці країн Європи та США зафіксовано випадки, коли діти, надивившись серіалів про різноманітних термінаторів і супергероїв, намагалися на шосе рукою зупинити вантажівку, що рухалася на великій швидкості. Зіткнення з реальною, а не віртуальною дійсністю закінчується зазвичай трагічно. Грань між фантазією та реальністю не завжди здатні розрізнити дорослі, а діти й поготів.

Однак нині навіть нерозбірливі й наївні телеглядачі усвідомлюють, що телебачення та газети не відбивають правдиву картину світу, а найпильніші здатні спіймати пресу на фактичній брехні. Проте лише одиницям, спроможним осягати глибини новин, відкривається несподівано похмура картина дійсності та колосальні розміри маніпуляційного, технічного механізму, який стоїть за сучасною індустрією новин [6].

У теперішньому демократичному суспільстві будь-яке виявлення громадської думки через голосування може призвести до національної катастрофи. Голосуючи, люди цілком певні, що діють правильно та самостійно. Діти, які виходять на дорогу чи вистрибують із вікна, аби політати, аніскільки не сумніваються в тому, що чинять правильно, і їх фізично ніхто не підштовхує.

Людина вільна у власних вчинках у тих межах, в яких надходять до неї відомості про навколишній світ. Нині вона опинилася у світі міражів і кривих дзеркал, що відбивають ці міражі. Соціум дезорієнтований і збитий із пантелику. Спотворенню піддається не тільки реальність, а й мораль. Те, що ще вчора було злочином, сьогодні є подвигом. Позбавляючи аудиторію повної й правдивої інформації про реальний світ, ЗМІ корегують її поведінку й змушують діяти відповідно [7].

З точки зору формування військових бюджетів такий інструмент впливу має потужні можливості, а отже кошти доцільніше виділяти не на закупівлю традиційної зброї, а на PR-стратегію. Цей факт якнайкраще доводить, що ініціатори конфліктів і протистоянь вельми ефективно використовують медійну сферу і чинять на неї суттєвий вплив.

Як можна уявити таке планування? В основі лежать ті самі технології, що й у сфері реклами та PR. Перед тим як вивести на ринок новий продукт, фахівці проводять дослідження споживчих звичок, очікувань, потреб і страхів цільової групи. Сценарії рекламних відео, які мають діяти на підсвідомому рівні, розробляють з урахуванням неусвідомлених прагнень і асоціацій об'єктів впливу. Якщо цільовою групою є певне покоління, то увагу приділяють навіть дитячим і юнацьким спогадами, опорним для подальшого життєвого досвіду його представників.

При створенні бранда надзвичайно важливо, які думки й асоціації він пробуджує у споживача. Вплив кожного поняття, що міститься в рекламному повідомленні, точно зважено та прораховано. Якщо продукт чи фірма мають погану репутацію, фахівці розроблять рекламні стратегії, що допоможуть уникнути цих асоціацій чи трансформують їх у позитивні.

Такі самі техніки застосовують і в інформаційній війні. Різниця лише в тому, що просувають не позитивний образ продукту, а негативний образ країни і намірів противника. Ініціатори інформаційної війни часто змушені оперативно реагувати на події, тому в її ході довгострокова PR-стратегія має бути доволі гнучкою й передбачати заходи з висвітлення поточних подій у ЗМІ.

Життя і світ людства одвічно розділені на добро та зло, і вся його історія завжди була сутичкою між ними, проте не кожен із нас здатний визначити, де полягає межа в цьому протистоянні. Блукання в сутінках іноді заводять у стан ворога Божого й людського. І сьогодні частіше, ніж будь-коли, адже істина сучасній людині відкривається не на полях битв і не в келіях мудреців. Ворог роду людського став витонченішим і хитрішим, винайшов нові спокуси, пропонуючи замість істини лукаве мудрування та славу вчених звань, замість подвигу — почесні за чином і статусом, замість результатів праці — гроші й розваги. І в цій псевдореальності засоби масової інформації відіграють не останню роль, насаджуючи життєві стереотипи, що руйнують особу й занурюють її у звабливий, проте спотворений світ. У центрі системи цінностей опиняється не Бог, не прагнення до моральної досконалості, не духовний або ратний подвиг, а дурощі розбещеної природи [8].

Деструктивна діяльність ЗМІ призводить до деградації й поневолення людей, порушення соціально-економічних процесів і зв'язків, розпаду та загибелі держави, колонізації її території. День у день українському народові нав'язують думку про те, що в країні все погано, щохвилини відбуваються вбивства й насильства, нація потерпає від невиліковних хвороб тощо. У повідомленнях журналістів провідних телеканалів постійно робиться наголос на негативних подіях. Головні новини зазвичай мають сенсаційний,

трагічний і антисоціальний характер. Складається враження, що генеральна лінія мас-медіа в сучасній Україні — знищення орієнтирів, цінностей, будь-якого реального уявлення про світ. Війна йде проти здорових елементів нації, котра ризикує бути розгромленою, якщо у неї немає орієнтації в часі та просторі, якщо вона не відрізняє добра від зла, якщо вона веде внутрішню боротьбу. Саме такою її хочуть бачити клани, саме з такою можна робити все, що душа забажає.

Отже, знищити ідеали — через пропаганду свинства, знищити правильне уявлення про реальний світ — через його спотворення в мас-медіа, знищити уявлення про красу — через нав'язування чужих стандартів, знищити мову — через перебріхування і багатозначність термінології, знищити прагнення до кращого — через пропаганду тихого існування й виживання за будь-яку ціну.

Певні ЗМІ навіюють думку про те, що бути патріотом, мати сім'ю і дітей не модно. Підноситься гедонізм, сексуальна свобода й розкутість. Потрібно бути громадянином світу, таким собі кочівником, якому добре там, де платять більше грошей. Тому не варто служити в армії, читати книжки, зважати на моральні норми й принципи, натомість ліпше вивчати іноземні мови, бути "просунутим" в мас-культурі й мріяти тільки про те, як заробити, а ще краще — виграти побільше грошей, бажано доларів. Нині докладається максимум зусиль для того, щоб морально розкласти наш народ, здолати його дух, а згодом знищити фізично й генетично [9].

Як же протистояти чужорідному ментальному впливові й, отже, домогтися справжньої інформаційної безпеки? Відповідь на це запитання доволі проста. Потрібно опанувати інформаційну зброю в усіх її проявах і спрямувати на службу власному народові, убезпечивши його. Однак, що ж сьогодні розуміють під інформаційною безпекою? На думку фахівців, це "...такий стан суспільства, за якого інформаційна війна проти нього буде малоефективна, а власне суспільство в інформаційному плані буде здатне своїм інформаційним потенціалом як зброєю повністю дезорганізувати, розкласти й підпорядкувати агресора своїй волі, тобто суспільство повинно на свідомому рівні мати інформаційну перевагу над іншим" [10].

Інакше кажучи, слід виробити життєздатну, національно орієнтовану концепцію розвитку українського народу, засновану на світоглядній доктрині та національній ідеології, які, зі свого боку, мають спиратися на ефективну концептуально-методологічну базу, передбачати унормування генетичного коду української нації й перспективи її залучення до глобального історичного процесу. Зважаючи на особливості ментальності нашого народу, потрібно впроваджувати в життя самобутню ідеологію, що сприятиме формуванню відповідної системи освіти. І головне — реалізувати доктрину національної інформаційної безпеки, яка б полягала не лише у вдосконаленні форм, способів і технологій інформаційної боротьби,

хоча це також важливо, а й згуртувала б націю навколо ідеї, стійкої до деструктивного інформаційного впливу чужинців. Отже, на нашу думку, основними у формуванні доктрини інформаційної безпеки є світогляд та ідеологія нації.

Усвідомлення національної ідеї дає змогу адекватно зрозуміти історію народу й держави та ефективно прогнозувати їх майбутнє. Справедливим є і зворотне твердження — нерозуміння націдеї країни не дає змогу вибудувати концепцію минулого й зробити адекватний стратегічний прогноз. Брак націдеї або її деградація веде до руйнування країни [11].

Сьогодні наша держава потерпає від численних бід і проблем: висока смертність і низька народжуваність, депопуляція (виродження), розпад сімей, аборти, безпліддя, численні хвороби, зокрема поширення венеричних захворювань і СНІДу, алкоголізм і наркоманія, самогубства і вбивства, порнографія, проституція та сексрабство, сексуальні збочення, інвалідність, фармацевтична забрудненість, неякісні та генномодифіковані продукти, високий рівень злочинності й корупції, непослух дітей, розкладання й розтління, дебілізація та оскотинення народу, неефективна економіка, вкрай низькі темпи розвитку, деградована наука, інженерія, освіта, культура й охорона здоров'я, розвалене сільське господарство, нищівні агрохімтехнології та екологічні проблеми тощо. До того ж одні хвороби посилюють інші — наростає їх негативний синергізм.

Влада намагається лікувати ці численні хвороби, точніше, вдає, що намагається, ігноруючи старий добрий лікарський принцип: лікувати треба не хворобу, а хворого, не наслідки, а причини хвороб, дивитися не на симптоми, а в корінь хвороби. Для початку ж потрібно поставити правильний діагноз нашому соціально-економічному хворому, важко хворому. Без правильного діагнозу немає і не може бути успішного лікування. "Залікувати" хворого можна, що й спостерігаємо нині. Для правильного діагнозу слід проаналізувати всі без винятку фактори, відкинути всі табу на публічне обговорення заборонених і "слизьких" тем. Зрозуміло, що нинішні антихристиянські власники медіа, особливо телебачення, цього ніколи не допустять, бо розуміють, що втратять владу, свої капітали й ЗМІ. Вони можуть триматися тільки на брехні, замовчуванні та каструванні історичної пам'яті.

Боязкі й продажні редактори ЗМІ — їх прямі пособники. Саме вони допомагають лиходіям ховати від народу правду, що призводить до фатальних помилок у житті людей. І як боляче споглядати торжество брехні, коли слово правди чесних журналістів загинуло в смітєвих кошиках боягузливих редакторів! Тим більше, що правда ця часом дістається з ризиком для життя [12].

Отже, попередній аналіз та узагальнення особливостей діяльності вітчизняних ЗМІ в умовах нових викликів і загроз для нашої держави виявив такі результати:

— сучасний розвиток форм, способів, методів, технологій діяльності ЗМІ свідчить про зародження

нового покоління психологічних війн. Якщо раніше в період підготовки і в ході воєнних операцій ЗМІ використовували фрагментарно, здійснювали переважно інформаційно-пропагандистську підтримку війська, то в сучасних умовах головні зусилля зосереджено на переформатуванні свідомості населення та збройних сил протиборчих сторін. Для цього застосовують основні форми й способи впливу: переконання, навіювання, а також особливі техніки — дезінформування, маніпулювання, поширення чуток і міфів. Головна мета — розпорошити світоглядні орієнтири, викривити духовні ідеали, зруйнувати національні цінності;

— використання засобами масової інформації в ООС, локальних війнах і збройних конфліктах новітніх технологій телебачення й систем телекомунікацій свідчать про подальше зростання ролі й місця морально-психологічного чинника в ході збройної боротьби. Застосування ЗМІ в бойових умовах набуває всеосяжного, планетарного масштабу, охоплює значні маси людей, характеризується безкомпромісністю та високим ступенем ефективності. Саме через це особливої ваги набуває проблема консолідації українського суспільства на основі національної державницької ідеології;

— соціальні мережі та блогосфера сьогодні лідирують серед решти ЗМІ з позиції оперативності, вдосконалення технологій і росту чисельності користувачів. Саме ці сегменти інформаційного поля потребують особливої уваги з боку держави та суспільства.

Аналіз сучасних викликів і загроз в інформаційній сфері України насамперед доводить потребу створення дієвої державної системи інформаційної безпеки. Блокування в Інтернеті доступу до ресурсів Mail.ru, "ВКонтакте", "Однокласники" і "Яндекс" може лише частково й тільки в загальному вигляді вирішити проблему інформаційного протиборства, натомість на всіх рівнях державного управління потрібно розробити систему протидії негативному інформаційно-психологічному впливові. З огляду на розглянуті особливості діяльності вітчизняних ЗМІ доцільно вжити таких заходів:

1. Під егідою Ради національної безпеки і оборони України розпочати комплекс науково-дослідних робіт, спрямованих не лише на розроблення методології ведення інформаційної боротьби та механізмів взаємодії між національними міністерствами й відомствами з питань інформаційного протиборства, методологічних засад виявлення ознак ведення інформаційно-психологічних операцій проти нашої держави, а також на розгортання наукових досліджень, які б впливали на формування національної ідеї, моральних і духовних цінностей, патріотизму. Водночас із вдосконаленням форм, способів і технологій забезпечення інформаційної безпеки сьогодні надзвичайно актуальним є змістове наповнення методології ведення інформаційної боротьби.

2. Національні інтереси України в інформаційній сфері потребують постійного розвитку ін-

формаційних технологій для повноправного входження країни до глобальної інформаційної інфраструктури на тлі посилення захисту державного інформаційного ресурсу від витоку важливої політичної, економічної, науково-технічної та військової інформації. Залучення європейських партнерів, використання позитивного досвіду провідних країн світу для входження України в систему стратегічних комунікацій Заходу є важливою метою діяльності державного та військового управління всіх рівнів.

3. Серед основних завдань інформаційно-психологічного забезпечення частин і підрозділів в ООС та протидії негативному інформаційно-психологічному впливу противника є зрив намірів уряду РФ щодо розколу українського суспільства та дестабілізації суспільно-політичної ситуації в нашій державі. Стабілізація соціально-економічної ситуації, підтримка заходів у рамках ООС, консолідація навколо ідеї розвитку країни — це основа виходу України з системної кризи, зокрема й інформаційної.

4. Здійснити низку організаційних заходів, спрямованих на підтримку вітчизняного виробника книг, заповнити вакуум російських видань вітчизняним друкованим продуктом.

В епоху глобальних викликів і загроз інформаційній безпеці особистості, суспільству, державі на особливу увагу заслуговує проблема соціальної ролі ЗМІ в аспекті поєднання свободи преси з відповідальністю, із завданнями інтеграції суспільства, цивілізованого розв'язання конфліктів, що виникають у процесі відображення думок і поглядів різноманітних (іноді — антагоністичних) соціальних груп.

Список використаної літератури

1. Siebert F. S. Four Theories of the Press: The Authoritarian, Litterarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do / F. S. Siebert, T. Peterson, W. Schramm. — University of Illinois Press, 1956. — 153 p.
2. Бендикс Р. Образ общества у Макса Вебера / Р. Бендикс // Вебер М. Избранное. Образ общества: Пер. с нем. Москва : Юрист, 1994. — С. 567—588.; Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии / М. Вебер // Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. — Москва : Прогресс, 1990. — С. 495—546.; Вебер М. Смысл "свободы от оценки" в социологической и экономической науке / Вебер М. // Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. — Москва : Прогресс, 1990. — С. 547—601.
3. Washington ProFile. Средства массовой информации — Ватиканы современного мира. — Режим доступа: <http://www.washprofile.org/en/comment/reply/>. — Загл. с экрана.
4. Сенченко М. Латентна світова інформаційна війна / М. І. Сенченко. — Київ : ФОП Стебеляк, 2014. — 384 с.; Масс-медиа, пиар, или Кто и как вам компостирует мозги. — Киев : Лира-К, 2018. — 224 с.; Книгодрукування і мас-медіа Канади : аналіт. огляд. — Київ : Кн. палата України імені Івана Федорова, 2006. — 34 с.
5. Дуцик Д. Медіа в контексті реформ. — Режим доступу: <http://blogs.telekritika.ua/?id=3701>. — Назва з екрана.

6. Сенченко Н. Масс-медиа, пиар, или Кто и как вам компостирует мозги / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2018. — С. 5.
7. Музыкант В. Теория и практика современной рекламы монография / В. Музыкант. — Ч. 1. — Москва, 1998. — С. 375.
8. Сенченко М. Ера націоналізму. Дійові особи: Націоналісти. Бюрократи. Олігархи / М. І. Сенченко. — Київ : Лира-К, 2018. — С. 102—103.
9. Сенченко Н. Масс-медиа, пиар, или кто и как вам компостирует мозги / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2018. — С. 173.
10. Кузнецов Ю. Введение в теорию национальной безопасности / Ю. Кузнецов, В. Никольский. — Алма-Ата : Верный. — 1999. — С. 299.
11. Таланчук П. Катехізис Українського Відродження: публіцистика / П. М. Таланчук. — Київ : Університет "Україна", 2018. — С. 22.
12. Сенченко Н. Масс-медиа, пиар, или кто и как вам компостирует мозги / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2018. — С. 218—219.

В статті розглянуто особливості діяльності вітчизняних ЗМІ в контексті інформаційно-психологічного протистояння, окремі проблеми деструктивного впливу мас-медиа, акцентовано увагу на необхідності формування моделі соціальної відповідальності ЗМІ

The article deals with the peculiarities of the domestic mass media activities in the current conditions in the context of information-psychological confrontation, the problems of destructive mass media influence and the necessity of forming a model of social mass media responsibility.

Надійшла до редакції 18 жовтня 2018 року

УДК 07:316.776



Оксана Телен,
заступник директора з навчальної роботи
Ужгородського коледжу культури і мистецтв,
здобувач НАКККіМ

Еволюція соціально-комунікаційних моделей як об'єкт наукової рефлексії

У статті порушено актуальне питання потреби історико-еволюційного аналізу розвитку моделей соціальної комунікації. Швидке насичення сучасного медіапростору новими технологіями та сервісами змінює середовище здійснення комунікаційного процесу й характеристики учасників комунікації. Доведено важливість виявлення нових концептів моделювання відносин між учасниками комунікаційної взаємодії, що дасть змогу забезпечити адекватний вибір моделей, а також визначити стратегічні напрями розвитку комунікаторів.

Ключові слова: медіапростір, соціальна комунікація, концепт моделювання, ІТ-модель, медіамодель, наукова рефлексія

Вступ. Комунікаційні моделі є одним із актуальних напрямів сучасних медіадосліджень. Комп'ютерні технології (КТ), інформаційні технології (ІТ), інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) нині є головним чинником розвитку соціально-комунікаційних моделей. Становлення техніко-технологічної бази інформаційного суспільства сприяло створенню нового соціокультурного середовища, основу якого становлять комп'ютери, інформаційні бази та інформаційні системи, технології доступу до інформації та стратегії її використання у соціально-культурній системі соціуму. Зі свого боку, стрімкий прогрес в цій сфері зумовив формування віртуальної реальності й зміни у вимогах до організації соціальних середовищ діяльності та життя. Повною мірою процес інформатизації торкнувся й бібліотечної справи, зокрема підходів до пошуку адекватних відносин із користувачами. У професійно-освітній сфері актуалізувалися питання медіаосвіти учасників комунікаційного про-

цесу, визначення стратегій змін в організації професійних середовищ бібліотек, закладів професійної підготовки та підвищення кваліфікації бібліотекарів. Прогресивний розвиток комунікаційних технологій на основі мультимедіа спричинив новий етап змін у теорії та практиці використання моделей соціальних комунікацій.

Для дослідження аспектів еволюціонування моделей соціальних комунікацій методологічно виваженим є залучення до пропонованої роботи підходів, що відповідають її меті — розглянути історико-еволюційний ланцюг змін, що відбувалися у представленні комунікаційного процесу впродовж розвитку технологічного базису суспільства та соціальної комунікації. Відповідно, маємо звернутися до аналізу трансформацій у комунікаційних моделях, оскільки вони зачіпають не лише технологічну базу, а й характеристики основних елементів комунікативного процесу. В цьому контексті вагому роль відіграли теоре-