

УДК [316.772:070]: 316.454.3

Довіра до ЗМІ: мікро- та макрорівень

А.С. КАВЕРІНА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна,
E-mail: alyona.kaverina@gmail.com

Авторське резюме

Довіра – базовий елемент громадянського суспільства. В останні десятиліття в Україні спостерігається криза довіри до багатьох соціальних інститутів, зокрема інституту засобів масової інформації. Серед основних функцій ЗМІ – інформування громадськості, соціалізація, формування суспільної думки. Вони залучені до багатьох суспільних процесів та сфер життя суспільства. Через впливовість ЗМІ велике значення мають достовірність інформації, дотримання стандартів, об'єктивність та довіра аудиторії.

У статті розглядаються різні інтерпретації довіри та теорії Н.Лумана, П.Штомпки та А.Селігмена, які підкреслюють значення довіри у період трансформації суспільства. Також розглядаються підходи до визначення рівнів довіри. Увага автора зосереджена на двох рівнях – мікрорівні, який представляє особистісну довіру, та макрорівні – інституційну довіру.

У статті представлений аналіз засобів масової інформації як соціального інституту. Соціальні медіа розглядаються як засіб масової інформації, якому притаманні такі риси, як великий рівень інформаційної участі, відсутність правового регулювання та, у більшості випадків, організаційної структури. Названі риси виводять на передній план фігуру автора, завдяки чому соціальні медіа охоплюють не тільки інституційний рівень формування довірчих відносин з аудиторією, але й особистісний.

Ключові слова: довіра, засоби масової інформації, мікро- та макрорівень, соціальні медіа, соціальні мережі, блоги, соціальний інститут.

Trust to mass-media: micro- and macrolevel

A.S. KAVYERINA

V. N. Karazin Kharkiv national university, Kharkiv, Ukraine, E-mail: alyona.kaverina@gmail.com

Abstract

Trust is the basic element of civil society. For the last decades Ukrainian social institutions, including mass media, suffering of the crisis of trust. Public informing, socialization, formation of public opinion are the main functions of mass media. Mass media takes part in a lot of social processes and spheres of society. Accuracy of the information, compliance with standards, objectivity and trust of the audience are very important because of the influence of the mass media.

The paper deals with various interpretations of trust and theories of N. Luhmann, P. Sztompka and A. Seligman, that emphasize the importance of trust during the transformation of society. Also author considers

© А.С. Каверіна, 2014

the approaches to defining levels of trust. Attention was focused on two levels – the micro-level which represents personal trust and the macro-level with institutional trust.

Author analyzes mass media as a social institution and considers social media as a type of mass media, which has its own unique characteristics such as high level of the informational participation, lack of the law regulation and the organizational structure. These characteristics bring to the foreground figure of the author. So the social media covers both levels of forming a trusting relationship with audience – micro and macrolevel.

Key words: trust, mass media, micro- and macro-level, social media, social networks, blogs, social institution.

Постановка проблеми. Засоби масової інформації (далі – ЗМІ) завжди відігравали важливу роль у формуванні суспільної думки. Тема психологічного впливу ЗМІ отримала актуальність з моменту їх становлення. Піднімалися питання зміни колективної поведінки та суспільної думки під впливом масової інформації [2, с.39]. ЗМІ, будучи потужною соціальною системою, грають важливу роль у формуванні світосприйняття людини [30, с.235]. Між тим, разом із роллю ЗМІ у впливі на громадську думку підіймаються питання маніпулювання інформацією [23], бо саме завдяки контролю та доступу до інформації люди, які стояли на чолі традиційних ієрархій, утримували владу [26], її недостовірності, «таблорізації» ЗМІ та дотримання медіа стандартів [31; 17]. А зважаючи на кризові умови розвитку нашого суспільства, навпаки, виникає загроза нещирості ЗМІ та трансляції через них замість реальних цінностей лише уявлень про них [15]. У сучасному українському суспільстві серед соціальних інститутів позитивний баланс довіри спостерігався лише для церкви та, з невеликим відривом, ЗМІ. Щодо інших інститутів, відсоток довіри або дорівнює відсотку недовіри, або значно менший (за даними на 2012 рік). Окрім того, рівень довіри до ЗМІ в Україні суттєво знизився – у минулому році ЗМІ не довіряли лише 29% українців, а в 2014 році їх кількість зросла більш ніж у півтора раза – до 47% [22]. Впливовість ЗМІ та їх значення у суспільстві, а також загострення кризи довіри актуалізують проблему довіри у комунікативній галузі.

Аналіз досліджень і публікацій. Питанням довіри займалися Г.Гроці, Дж.Локк, І.Кант, Е.Дюркгейм. У їхніх концепціях феномен довіри розглядався через призму договірних відносин. Т. Парсонс розглядає довіру як елемент сталості суспільних відносин [5]. Серед інших дослідників – П. Штомпка, Н. Луман, О.Г. Просвірніна, Б. Мітцел, А. Селігмен, Г. Гарфінкель, Е. Гіденс, Ф. Фукуяма та багато інших. Актуалізація інтересу до теми довіри спостерігається наприкінці ХХ століття [25; 21]. Визначенням рівнів довіри займалися такі автори, на праці яких ми спираємося в роботі, як П. Штомпка, Т.В. Мишляева, О.Г. Просвірніна. Суспільну довіру, яку також в деяких теоріях називають «узагальноною», «генералізованою», «спільною», «дедуктивно-системною», «інституційною», розглядали Г. Зіммель, Н. Луман, Е. Гіденс, Е. Усланер та інші. Вивченням теорій мікрорівня займалися представники теорій раціональної та стратегічної довіри – Р. Хардін, Дж. Колеман, Дж. Данн, Д. Гамбетта, О.

Вільямс, та теорії міжособистісної довіри – Дж. Тернер, Р. Крамер, М. Брюер.

Дослідженнями узагальної та партикулярної довіри, а також довіри до соціальних інституцій, зокрема ЗМІ, в Україні займаються Київський міжнародний інститут соціології, Фонд «Демократичні ініціативи» та Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова.

Функціональний аспект ЗМІ вивчали багато зарубіжних та вітчизняних дослідників – П.Лазерсфельд, Р.Мертон, Г.Лассуел, Є.П.Прохоров, В.Ф.Іванов, Л.В. Васильєва, В.М.Березін, І.Д. Фомічова та інші [24]. Питання про роль ЗМІ у формуванні суспільної думки та їх маніпулятивний характер підіймали Ч. Міллс, В. Парето, К. Маннгейм у межах «теорії масового суспільства». Серед представників інших теорій масової комунікації Г. Мердок та П. Голдінг («політико-економічна теорія»), М. Хоркхаймер, Г.Маркузе, Т.Адорно («критична теорія»), Н.Пулантзас, Л.Альтюссер (теорія гегемонії ЗМІ), Т.Парсонс, Р.Мертон («структурно-функціональні теорії»), Д.Белл, М.Кастельс, Е.Тоффлер («теорії інформаційного суспільства»), М. Маклюен, І. Фенг («інформаційні революції») тощо [14]. Той висновок, що ЗМІ є соціальним інститутом, не викликає сумнівів. Сьогодні поява Інтернету представляє собою наступний етап розвитку медійного середовища, який характеризується поєднанням різних ЗМІ в одному просторі (Інтернеті). Особливу увагу привертають соціальні медіа, які характеризуються докорінною зміною моделі взаємодії з аудиторією та використовують інформаційні технології для побудови інтерактивного діалогу. Вивченням соціальних медіа займаються Є. Сергєєв, А. Градюшко, К. Мюллер, Нік Ньюман, Марк Глейзер, О.І. Горошко, А.Е. Лавренчук, О. Калмиков, О. Кузнецова та інші.

Мета дослідження полягає в аналізі рівнів довіри у соціологічній інтерпретації та екстраполяції їх на засоби масової інформації.

Виклад основного матеріалу. Тема довіри у суспільстві актуалізується з його кризою, а саме: із збільшенням виробничих та соціальних ризиків, які з'являються у період трансформації суспільства [1]. Таким чином, ми бачимо зростання кількості робіт за даною тематикою з кінця 1970-х років. Н.Луман розглядає довіру як один з механізмів мінімізації ризиків [18]. О.Г. Просвірніна називає довіру «одним з інтегруючих суспільних механізмів, що має міцним потенціал соціальної кооперації». До-

віра грає важливу роль у суспільстві, оскільки слугує зміцненню суспільної згуртованості, формуванню громадянського суспільства [21]. Довіра – один з найважливіших факторів, основа міжособистісних та суспільних відносин [5]. «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. Ця ідея спостерігається й у П. Штомпки, який першим почав уживати термін «травма трансформації». На його думку, довіра у суспільстві потерпає саме від радикальної реорганізації політичних та соціальних інститутів. Категорії довіри/недовіри виступають показником ставлення людей один до одного та до суспільства у цілому. Коли люди втрачають розуміння ситуації та впевненість у майбутньому – саме на цьому рівні проявляється довіра [25].

За А. Селігменом, на сучасній стадії розвитку суспільства ризик став невід'ємною частиною ролі очікувань. Це приводить до втрати людьми здібності довіряти іншим людям, а точніше – відбувається трансформація довіри як соціальної інтеракції, перехід з міжособистісного на інституційний рівень. Відмітимо, що довіра є одним з компонентів стабільності всіх соціальних відносин та більшість авторів, які займаються питанням довіри, підтримують точку зору відносно багаторівневості довіри [18]. Виділяють два аспекти довіри – суспільний та особистісний. Суспільна довіра визначається як фактор, який підтримує стійкість та інтегрованість суспільства та конструює суспільні відносини [3]. Вивченням рівнів довіри займалися багато дослідників. П. Штомпка виділяє три рівні довіри – на першому рівні, реляційному, довіра розглядається як характеристика односторонніх чи двосторонніх відносин та базується на раціональності індивідів; на другому – психологічному рівні, довіра розглядається як особистісна риса індивіда; на третьому рівні довіра до того чи іншого об'єкта залежить від культурного контексту, від результату суспільної взаємодії з об'єктом. Відмітимо, що довіра до людини, групи, інституту формується, по-перше, на основі аналізу інформації про об'єкт; по-друге, на основі особистого досвіду взаємодії з цим об'єктом, або досвідом довіри в цілому, а по-третє, довіра формується на основі суспільного історичного досвіду (так, наприклад, недовіра до органів влади зберігається протягом декількох поколінь) [25]. Т.В. Мишляева вказує, що більшість авторів, які займаються питанням довіри, підтримують точку зору про існування базового, особистісного, соціального та культурного її рівнів [18].

Найбільш узагальнену градацію рівнів довіри дає О.Г. Просвірніна: «У методології соціології особливості формування довіри знайшли

вираження у двох підходах до вивчення довіри: макрорівень особистісної взаємодії індивідів та макрорівень соціальних систем» [21, с. 617]. До теорій мікрорівня автор відносить теорії раціональної та стратегічної довіри (Р. Хардін, Дж. Колеман, Дж. Данн, Д. Гамбетта, О. Вільямс), теорії міжособистісної довіри (Дж. Тернер, Р. Крамер, М. Брюер). На макрорівні основою для формування довіри стають раціональний вибір, орієнтація на минулий досвід взаємодії, ідентифікація себе з членами спільноти тощо. Серед теорій макрорівня Просвірніна називає теорії моральних підстав довіри (Е. Усланер, А. Селігмен), в яких довіра представляється як результат суспільної згоди, договору та єдності ціннісної бази у суспільстві; теорії узагальненої довіри (Р. Патнем), у яких довіра є ресурсом стабілізації розвитку соціальної системи [21, с.618-619].

Така конкретизація рівнів довіри дозволяє повністю охопити відносини аудиторії та сучасних ЗМІ також на різних рівнях. Інституційна довіра проявляється у довірі до ЗМІ, як до соціального інституту. Той факт, що ЗМІ є соціальним інститутом, не викликає сумніву (Д.Баррат, О. Бойда-Баррель, П.Брема, Арт Сільверблет, І.М. Дзялошинський, А.І. Черних та інші). Основними характеристиками цього інституту є інституційно-організаційна єдність, яка поєднує характеристики інституту та їх організаційне оформлення; створення інформаційного аналогу суспільства шляхом створення певної картини світу та поряд із висвітленням функцій інших соціальних інститутів; ЗМІ виступають рупором суспільної думки та завдяки своїй впливовості на велику масу людей вони грають велику роль у політичних процесах [27, с.19-20]. ЗМІ, як соціальний інститут, характеризується, по-перше, «наявністю установ, у рамках яких організується діяльність того чи іншого інституту, здійснюється управління, контроль за його діяльністю» [28], до числа організацій, в рамках яких здійснюється діяльність інституту ЗМІ, можна віднести редакції, видавництва, інформаційні агентства, телеканали, радіостанції тощо. По-друге, «чітким розподіл функцій, прав і обов'язків учасників інституціалізованої взаємодії» і «поділом праці та професіоналізації виконання функцій, обумовлені виконанням певного кола обов'язків, за рахунок чого забезпечується висока ефективність соціальних інститутів у справі задоволення потреб людей» [28]. Важливо відзначити, що статуси і ролі в організації залежать від її типу. Так, наприклад, у редакції газети можна виділити такі основні ролі, як редактор, кореспондент, коректор, верстальник, а серед співробітників телеканалу є ведучі новин, кореспонденти, репортери, оператори, продюсери, редактори тощо. Проте це лише невелика частина статусно-рольових позицій в організаціях соціального інституту ЗМІ. Що стосується принципу поділу праці, то за кожним співробітником організації, головною функцією якої є інформування громадськості,

закріплені певні обов'язки, він виконує певний набір функцій, попередньо здобувши спеціальну освіту. У свою чергу, відносини всередині організації регулюються на підставі цінностей і норм, прийнятих в колективі, а також формальних правил поведінки, законодавчих актів та етичних професійних кодексів.

Окремою характеристикою соціального інституту можна назвати правове регулювання його діяльності. Таким чином, важливо відзначити, що права й обов'язки представників ЗМІ, а також особливості функціонування організацій, що входять в ЗМІ як соціальний інститут, прописані в ряді законодавчих і нормативних актів. Так, в Україні законодавча база про заходи масової інформації складається із законів «Про інформацію» [10], «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» [6], «Про друковані засоби інформації» [7], «Про телебачення та радіомовлення» [11], «Про інформаційні агентства» [8] та «Про телекомунікації» [9] тощо [12]. Поміж того, окрім правової сфери, регуляція основних функцій соціальних організацій, що входять до інституту ЗМІ здійснюється на підставі професійних етичних кодексів. Так, наприклад, норми поведінки і обов'язки журналістів перед громадськістю, принципи функціонування журналістики прописані в кодексі журналістської етики [13]. Дослідженнями рівня суспільної довіри до ЗМІ, в Україні займаються такі провідні організації, як Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва, Центр Разумкова, а також Київський міжнародний інститут соціології. В центрі уваги стоять такі питання, як довіра до ЗМІ разом з іншими соціальними інститутами [4; 23; 20], свобода слова в Україні, співвідношення довіри до українських, російських та західних ЗМІ, регіональні аспекти довіри, представленість у ЗМІ точок зору влади та опозиції [20; 23]. Питання про співвідношення рівня довіри до різних джерел інформації про політичні події охоплює територіальні, геополітичні та технологічні критерії. З огляду технологічних засобів трансляції політичної інформації респондентам пропонувались наступні альтернативи: телебачення, радіо, газети, журнали (поєднаємо їх у друковану пресу), Інтернет-сайти, соціальні мережі, Інтернет-телебачення, Інтернет-радіо та інше (електронні ЗМІ) [23]. Зазначимо також переважання кількісних методів дослідження довіри до засобів масової інформації. Соціальні медіа з'явилися приблизно десятиріччя тому та ототожнювались виключ-

но з блогосферою, проте сьогодні це поняття включає в себе, окрім блогів, соціальні мережі, Інтернет-форуми, проект вікіпедії, підкасти, відеохостинги тощо [29]. В центрі нашої уваги знаходиться така риса соціальних медіа, як «інформаційна участь», яка вміщує в себе рівні участі у виробництві та споживанні інформації від суто споживання до виробництва інформації [20], що сприяє актуалізації громадянської журналістики та поширенню джерел інформації з контентом, що формують не професійні журналісти у складі медійних організацій, а окремі індивіди, які можуть бути як професійними журналістами, що представляють власні авторські проекти, так і любителями, які не мають професійної журналістської підготовки. Соціальні медіа нівелюють таку рису ЗМІ, як наявність організацій та установ, у межах яких відбувається інституційна взаємодія. Окрім того, на даний момент в нашій країні відсутнє правове регулювання діяльності електронних ЗМІ. Поняття Інтернет-ЗМІ не прописано і не оформлено законодавчо, а реєстрація онлайн-виходів ЗМІ відбувається на розсуд власника ЗМІ. Отже в таких ЗМІ на перший план виходить не організація в структурі соціального інституту ЗМІ, а особистість, із своєю суб'єктивною оцінкою реальності, яка часто не піддається цензурі. Таким чином, при розгляді довіри до соціальних медіа має сенс звертання до мікрорівня, а саме – до вивчення особистісної довіри, яка в даному контексті носить односторонній характер (довіра читача до автора).

Висновки. Завдяки технологіям другого вебу свій розвиток отримали соціальні медіа, до яких ми відносимо соціальні мережі (авторські сторінки та пабліки), блоги, форуми тощо. Будучи засобом масової інформації, вони володіють індивідуальними характеристиками, які відрізняють їх не тільки від традиційних ЗМІ, але й від інших мережевих медіа, таких як онлайн версії офлайн-ЗМІ, інформаційні агенції, новинні портали тощо. Соціальні медіа характеризуються високим рівнем інформаційної участі, відсутністю організаційної єдності, оскільки представлені частіше не організацією, а однією особою та великим рівнем суб'єктивності. Отже, довіра до соціальних медіа формується на основі раціонального аналізу та особистому досвіді взаємодії з конкретним автором. Підводячи підсумок зазначимо, що проблема довіри до ЗМІ у нашому суспільстві потребує подальшого аналізу та використання широкого спектра методів, особливо якісних методів дослідження.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бек У. Общество риска: на пути к другому модерну / Ульрих Бек. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 383 с.
2. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ.: пер. с англ. / Дж.Брайант, С.Томпсон. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
3. 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.
4. Довіра українців до соціальних інституцій. Результати дослідженні КМІС, 2012[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=81>
5. Заболотная Г.М. Феномен доверия и его социальные функции /Г.М.Заболотная // Вестник РУДН.Сер. Социология. – 2003. –№ 1 (4). – С. 67-73.

6. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/Z970540.html
7. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/ed_2011_01_13/T278200.html
8. Закон України «Про інформаційні агентства» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/Z950074.html
9. Закон України «Про телекомунікації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/T031280.html
10. Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/ed_2011_01_13/an/5/T112938.html#5
11. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/T375900.html#
12. Законодавство України о СМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://knuj.org/ru/kyiv/index.html?categoryid=74>
13. Кодекс професійної етики українського журналіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki
14. Конечкая В.П. Социология коммуникаций. Учебник / В.П.Конечкая. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
15. Костиця І. Роль засобів масової інформації в сучасній соціальній комунікації [Електронний ресурс] / Інна Костиця. – Режим доступу: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/8-kostyrya.pdf
16. Левада Ю.А. Факторы и фантомы общественного доверия / Ю.А. Левада; [сост. Т.В. Левада] // Сочинения: социологические очерки 1993- 2000. – 2е изд., перераб. – М.: Издатель Карпов Е.В., 2011. – 506 с.
17. Моніторинг маніпуляції ІМІ, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/14672>
18. Мышляева Т.В. Доверие в современном обществе: подходы к анализу [Электронный ресурс] / Т.В.Мышляева. – Режим доступа: [http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990201_West_soc_2006_1\(5\)/34.pdf](http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990201_West_soc_2006_1(5)/34.pdf)
19. Опінки громадянами України діяльності влади та суспільні очікування стосовно її дій, 2014. Дослідження Центру Разумкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/upload/1400760004_file.pdf
20. Платонова Д.В. Информационное участие и формы его реализации в СМІ / Д.В. Платонова // Теория и социология СМІ. Ежегодник. – 2010. – С. 113-126.
21. Просвирнина О. Г. Доверие как социологический концепт // Вісник Одеського національного університету. – 2011. – №10, Том 16 – С. 614–622.
22. Рівень довіри населення до українських ЗМІ продовжує знижуватися [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/news/politics/uroven-doveriya-naseleniya-k-ukrainskim-smi-prodolzhaet-18102014133300>
23. 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>
24. Фомичева І.Д. Социология СМІ: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 335 с.
25. Фрейк Н.В. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки / Наталия Викторовна Фрейк. // Социс. – 2006. – №11. – С. 10-18.
26. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ. / Френсис Фукуяма. – М.: ООО «Издательство АСТ»; ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.
27. Черных А. Мир современных медиа. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. – 312 с.
28. Эфендиев А.Г. Общая социология: Учебное пособие/ под общ.ред. проф. А.Г. Эфендиева. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 654 с.
29. Combining Social Media and Traditional Media in a Modern Communications Plan [Electronic resource]. – Regime to access: http://web02.gonzaga.edu/comltheses/proquestftp/Mortland_gonzaga_0736M_10170.pdf
30. OrbeM.P.. The «reality» of media effects / Media and culture [Electronic resource] / Mark P. Orbe.. – Regime to access: http://www.sagepub.com/upm-data/48649_ch_11.pdf
31. ShigeruYo. The structure of trust to mass media: a survey and analyze of Japanese views of the media [Electronic resource] / Yokoyama Shigeru, YonekuraRitsu. – Regime to access: http://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/09_no7_04.pdf

Стаття надійшла до редакції 18.11.2014

REFERENCES:

1. *Bek U. Obshhestvo ryska: na puty k druzhomu modernu (Risk Society: Towards a New Modernity)*. Moscow, 2000. 383 p.
2. *Braj'antDzh., TompsonS. Osnovy vozdejstvyja SMY (Fundamentals of Media Effects)*. Moscow, 2004. 432 p.
3. Ghlushko Y.V. Rolj socyalnogho doveryja v orghanyzacyu polytycheskogho dyskursu (The role of social trust in the organization of political discourse). *Vestnyk Volghogradskogho ghosudarstvennogho unyversyteta. Seryja 7, fylosofyja*, 2011, no. 1 (13), pp.59-67
4. Dovira ukrajinciv do socialjnykh institucij, rezuljtaty doslidzhenni KMIS (Trust Ukrainian social institutions, results of KIIS's research). Regime to access: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=81>
5. *Zabolotnaja Gh. M. Fenomen doveryja u egho socyaljnye funkcyu (The phenomenon of trust and its social func-*

- tions). *Vestnyk RUDN, seryjaSocjologhyja*, 2003, no. 1 (4), pp. 67-73
6. Zakon Ukrainy «Pro derzhavnu pidtrymku zasobiv masovoji informaciji ta socialnyj zakhyst zhurnalistiv» (The Law of Ukraine «On State Support of Mass Media and Social Protection of Journalists»). Regime to access: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z970540.html
7. Zakon Ukrainy «Pro drukovani zasoby masovoji informaciji (presu) v Ukraini» (The Law of Ukraine «On the print media (Press) in Ukraine»). Regime to access: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2011_01_13/T278200.html
8. Zakon Ukrainy «Pro informacijni aghentstva» (The Law of Ukraine «On the informational agencies in Ukraine»). Regime to access: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950074.html
9. Zakon Ukrainy «Pro telekomunikaciji» (The Law of Ukraine «On Telecommunications»). Regime to access: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T031280.html
10. Zakon Ukrainy «Pro informaciju» (The Law of Ukraine «On Information»). Regime to access: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2011_01_13/an/5/T112938.html#5
11. Zakon Ukrainy «Pro telebachennja i radiomovlennja» (The Law of Ukraine «On Television and Radio»). Regime to access: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T375900.html#
12. Zakonodatelstvo Ukrainy o SMY (Legislation of Ukraine on the media). Regime to access: <http://knuj.org/ru/kyiv/index.html?categoryid=74>
13. Kodeks profesijniji etyki ukrajinsjkogho zhurnalista (Code of Professional Ethics of Ukrainian journalist). Regime to access: http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki
14. *Koneckaja V.P.* Socjologhyja kommunykacyj. Uchebnyk (Sociology of Communications. Textbook). Moscow, 1997. 304 p.
15. *Kostyrja Inna.* Rol jzasobiv masovoji informaciji v suchasnij socialnij komunikaciji (The role of the media in contemporary social communication). Regime to access: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/8-kostyrja.pdf
16. *LevadaJu.A.* Faktory y fantomy obshhestvennogho doveryja/ Sochynenya: socjologhycheskyeocherky 1993-2000 (Factors and phantoms of public trust / Compositions: sociological essays 1993- 2000). Moscow, 2011. 506 p.
17. Monitoryng manipuljaciji IMI, 2012 (Monitoring manipulation IMI, 2012). Regime to access: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/14672>
18. *Myshljaeva T. V.* Dovereje v sovremennom obshhestve: podkhody k analyze (Trust in modern society: approaches to analysis). Regime to access: [http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990201_West_soc_2006_1\(5\)/34.pdf](http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990201_West_soc_2006_1(5)/34.pdf)
19. Ocinky ghromadjanamy Ukrainy dijajnosti vlady ta suspiljni ochikuvannja stosovno jiji dij, 2014. Doslidzhennja Centru Razumkova (Estimates of the citizens of Ukraine of the authorities and public expectations regarding its actions 2014. Research of Razumkov Centre). Regime to access: http://www.razumkov.org.ua/upload/1400760004_file.pdf
20. *Platonova D. V.* Ynformacyonnoe uchastye y formy eghe realizacyi v SMY (Informational participate and forms of its realization in the media). *Teoryja y socjologhyja SMY. Ezheghodnyk 2010*, pp. 113 – 126.
21. *Prosvyrnyna O.Gh.* Dovereje kak socjologhycheskyj concept (Trust as a sociological concept). *Visnyk Odesjko-ghe nacionaljnogho universytetu*, 2011, no 10, vol.16. pp. 614-622
22. Rivenj dovery naselennja do ukrajinsjkykh ZMI prodovzhuje znyzhuvatysja (The level of public trust to the Ukrainian media is declining). Regime to access: <http://www.rbc.ua/ukr/news/politics/uroven-doveriya-naseleniya-k-ukrainskim-smi-prodolzhaet-18102014133300>
23. *Stasula N.* Elektronni zasoby vyjavlennja verbaljnoji manipuljaciji v ZMI (Electronic detection of verbal manipulation in the media). Regime to access: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10663/1/13.pdf>
24. *Fomycheva Y. D.* Socjologhyja SMY: Ucheb. Posobyje dlja studentov vuzov (Sociology of Mass Media: Textbook for students). Moscow, 2007, 335 p.
25. *Freyk N. V.* Konceptyjadovereja v yssledovanyjakh P. Shtompky (The concept of trust in research of P. Sztompka). *SocYs*, 2006, no. 11, pp. 10–18.
26. Fukujama Frensys. Dovereje: socjalnye dobrodetely y putj k procvetanyju (Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity). Moscow, 2004. 730 p.
27. *Chernykh A.* Myr sovremennykh medya (The world of modern media). Moscow, 2007. 312 p.
28. *Efendyeva A.Gh.* Obshhaja socjologhyja: Uchebnoe posobyje (General sociology: Tutorial). Moscow, 200. 654 p.
29. Combining Social Media and Traditional Media in a Modern Communications Plan. Regime to access: http://web02.gonzaga.edu/comltheses/proquestftp/Mortland_gonzaga_0736M_10170.pdf
30. Mark P. Orbe. The «reality» of media effects. Media and culture. Regime to access: http://www.sagepub.com/upm-data/48649_ch_11.pdf
31. Yokoyama Shigeru and Yonekura Ritsu. The structure of trust to mass media: a survey and analyze of Japanese views of the media. Regime to access: http://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/09_no7_04.pdf

Каверіна Альона Сергіївна – аспірант

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Адреса: 61022, м. Харків, Майдан Свободи, 4

E-mail: alyona.kaverina@gmail.com

Kavyerina Alona Serhiivna – postgraduate

V. N. Karazin Kharkiv national university

Address: 4, Maidan Svobody, Kharkiv, 61022, Ukraine

E-mail: alyona.kaverina@gmail.com