

МІСЦЕ І РОЛЬ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

*Микола Карашук,
асистент кафедри політології
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

У статті розглянуто важливість процесу становлення суспільного мовлення в інформаційному просторі України як історично і соціально зумовленого продукту політичного життя і політичної творчості населення сучасної України, що дає можливість визначити основи інформаційно-комунікативних зв'язків суспільства і держави, шляхи вдосконалення функціонування засобів масової інформації і комунікації.

***Ключові слова:** політика, держава, суспільне мовлення, засоби масової інформації, інформаційна влада, інформаційне суспільство, інформаційний простір, інформаційна революція.*

The article covers the importance of the process of becoming of public broadcasting in the information field of Ukraine as historically and socially dependent product of Ukraine's political life, which makes it possible to determine based on information and communication society and state relations, ways of improving the functioning of media and communications.

***Keywords:** politics, government, public broadcasting, mass media, information power, information society, information space, information revolution.*

На початку третього тисячоліття людство охоплене новою хвилею трансформацій світу. Найбільш характерні і суперечливі риси цієї трансформації – розгортання інформаційної революції, становлення інформаційного суспільства і формування нового покоління локальних цивілізацій на фоні багатократно прискорених процесів глобалізації.

Ці процеси пов'язані з поняттям «суспільне мовлення», що є історично детермінованою категорією, котра зазнає постійних змін, обумовлених розгортанням інформаційного простору, становленням інформаційно-комунікативних відносин, формуванням інформаційної влади та громадянського суспільства, в рамках якого накопичується досвід комунікативних зв'язків суспільства і держави.

Істотною особливістю інформаційного суспільства з точки зору політичних процесів є те, що нові інформаційні і комунікаційні технології дозволяють розширити можливості реалізації широкого доступу населення до різноманітної інформації; збільшити ступінь їх участі у прийнятті політичних рішень і контролі за діяльністю державної влади; створити можливість виробляти інформацію, а не лише її споживати; забезпечити захист приватного життя тощо. Завдяки цьому відбувається динамічний процес зміни ціннісних норм політичного життя в епоху розгортання інформаційного простору у світовому масштабі.

У зв'язку з цим постає гостра необхідність створення суспільного мовлення, котре в повній мірі має забезпечити право на інформацію, право говорити і бути почутим, безперешкодного суспільного обміну інформацією, розмаїття думок – істотних елементів кожної вільної держави, необхідних компонентів сучасної демократії, зазначених у Конституції.

Суспільне мовлення і як процес і як явище стало предметом дослідження сучасних науковців, зокрема, О. М. Бандурка, В. Бебика, О. Голобуцького, В. Горбатенка, О. Гриценко, О. Дубаса, О. Зернецької, В. Князева, Є. Лук'яненка, А. Москаленка, В. Полохала, Г. Почепцова, М. Томенка, М. Требіна, В. Трипольського, О. Чубукової, Н.

Василенко, О. Сидоренка, В. Шаповала, О. Шевчука та ін., котрі в тих чи інших ракурсах досліджують окремі питання еволюції ЗМІ та їх трансформацію в рамках розгортання інформаційного простору в світі і, зокрема, в Україні. Але проблеми, пов'язані зі становленням та функціонуванням суспільного мовлення як необхідної умови розгортання інформаційно-комунікативних зв'язків на етапі трансформації українського суспільства у світовий інформаційний простір, у цих дослідженнях майже не висвітлені.

Навіть у країнах з розвиненою демократією ще не набули достатньо широкого зрушення ні теоретична парадигма, ані практичне втілення проблеми суспільного мовлення як необхідного елементу розширення можливостей доступу громадян до різноманітної інформації; збільшення ступеня їх участі у прийнятті політичних рішень і контролю за діяльністю державної влади; надання можливості виробляти інформацію, а не лише її споживати.

І це має своє пояснення. Оскільки ЗМІ – головні носії інформаційної влади – являють собою досить складний організм і певною мірою відірвані від тих, хто делегував їм владу, то їх незалежність можуть забезпечувати відповідні форми суспільної організації: приватна (комерційна), державна і суспільно-правова.

Засоби масової інформації, як і інші великі установи, керуються і контролюються певними особами або ж відповідними органами. В комерційних мас-медіа функції такого контролю виконують, перш за все, їх власники, в державних – державні інституції, в суспільно-правових – громадськість, політичні організації та об'єднання. При цьому у всіх випадках передбачається, що ЗМІ діють лише у межах закону.

В рамках приватних (комерційних) організацій, що переважають, наприклад, у США, ЗМІ знаходяться у приватній власності і фінансуються виключно за рахунок доходів від реклами і приватних пожертвувань. Для них характерна жорстка конкуренція за рекламні прибутки й аудиторію.

Американські мас-медіа вийшли на передові позиції у здійсненні політичного процесу – як внутрішнього, так і зовнішнього. При цьому вони стали не тільки виразниками інтересів правлячих кіл і промислових корпорацій, а й починають відігравати самостійну політичну роль. Вони змінюють наші уявлення про реальний світ: якщо про якусь подію не повідомляється, то можна вважати, що й самої події не було. Індустрія ЗМІ посідає сьогодні в США третє місце і включає в себе тисячі щоденних та щотижневих газет, інформаційні та спеціальні журнали, теле- і радіостанції та видавничі компанії. Переважна більшість щоденних видань, стверджують американці, є скоріше серйозними, ніж популярними.

Суттєвим недоліком комерційної організації мас-медіа є їх пряма залежність від рекламодавців і власників, а також те, що у погоні за успіхом вони часто забувають про суспільні інтереси та етичні норми.

В умовах державної організації ЗМК належать державі і безпосередньо фінансуються і контролюються нею. Перевагою цієї форми організації, що притаманна, наприклад, Франції, є незалежність ЗМІ від великого капіталу, їх підконтрольність парламенту та уряду. Як і в більшості країн світу, тут існують спеціальні органи загального контролю над діяльністю ЗМІ, які слідкують за дотриманням ними етичних та правових норм. Саме у Франції такою інстанцією є Вища рада з аудіовізуальної комунікації. Вона контролює не лише державні, а й приватні телерадіостанції, зокрема, видає їм державні ліцензії на право виходу в ефір. Таким же чином у Великій Британії загальне спрямування діяльності радіо й телебачення визначають уряд і парламент. За дотриманням пресою етичних норм слідкує спеціальна комісія із самоконтролю. Але державне утримання ЗМІ може знижувати їхню конкурентоспроможність і використовуватись для їх підкорення можновладцям та бюрократії. До того ж воно лягає значним тягарем на державний бюджет.

ФРН може слугувати прикладом для інших, адже вона на крок попереду багатьох демократичних країн, у тому числі й Америки, в царині захисту свободи преси. Німеччина

не тільки гарантує цю свободу як щось абстрактне, але потрібне, а й детально регламентує відносини між пресою, іншими ЗМІ й державою, яка цю свободу має захищати. Усвідомлюючи те, що в демократичному суспільстві інформація має бути доступною і її приховування має бути зведене до мінімуму, в ФРН створено державну службу інформації й офіційні прес-бюро при федеральних, земельних і місцевих органах влади, головним завданням яких є «інформаційна допомога» ЗМІ і всебічне інформування населення. І це, безперечно, здобуток нового часу, здобуток німецької демократії. Тож цілком справедливою є характеристика лондонського Міжнародного інституту преси, в якій зазначено: «Німеччина – одна з небагатьох країн світу, в якій держава поважає сильну позицію вільної преси».

Відповідно до Конституції ФРН, ЗМІ є незалежними від держави й передусім уряду. Отже, телебачення, радіо, газети і журнали – незалежні від уряду, вони самі визначають, що друкувати чи транслювати. Уряд є об'єктом інформаційних повідомлень і коментарів. Федеральний уряд не може вплинути ні на форму, ні на зміст цих повідомлень; він не може претендувати на те, що його повідомлення і висловлювання будуть оприлюднені, а тим більше на те, що ЗМІ подадуть офіційну урядову думку як свою власну.

Слід зазначити, що при формальній незалежності ЗМІ провідних країн світу від державних структур головним інформаційно-пропагандистським вектором цих засобів на міжнародній арені є захист насамперед національних інтересів власної країни. Інформаційна могутність держави як один із засобів реалізації її національних інтересів у сучасному світі виходить на передній план у порівнянні, зокрема, з економічним та військовим компонентами внутрішньої і зовнішньої політики держави.

Стосовно суспільно-правової організації ЗМІ, то тут передбачається демократичний контроль з боку суспільства за мас-медіа, що, звичайно, не має нічого спільного з попередньою цензурою і не є порушенням свободи слова та вільного висловлення думок. Інформаційна, політична і будь-яка інша свобода одних людей вимагає обмежень у тих випадках, коли вона порушує свободу і права інших громадян і цілих держав.

Суспільно-правова організація ЗМК прагне звільнити їх від державної і приватної залежності. Вони фінансуються, головним чином, за рахунок спеціального податку, що сплачується громадянами, мають права юридичної особи і самоуправління, хоча в цілому контролюються громадськими радами із представників найважливіших суспільних груп та організацій. Цей принцип організації радіо і телебачення переважає у ФРН, хоча й тут існує і приватне теле- і радіомовлення. Преса ж повністю перебуває у приватній власності.

Зазначимо, що жоден із розглянутих способів суспільної організації ЗМК не може вважатися універсальним, позбавленим недоліків. В Україні та інших державах, які характеризуються високим рівнем соціальної нерівності, бідністю значної частини населення, слабкістю опозиції та політичної активності громадян, найкращим способом не допустити підпорядкування ЗМІ великому (часто – кримінальному) капіталу, іноземним компаніям та правлячій бюрократії, могла б бути переважно державна організація телерадіомовлення з жорстким демократичним контролем за їх роботою, яка передбачала б, зокрема, надання ефірного часу різним силам, що стоять на платформі правової державності, пропорційно їх електоральній підтримці.

Невиконання інформаційними інститутами своїх функцій у політичній системі здатне докорінно викривити її цілі і цінності, порушити її ефективність і підірвати життєздатність, перетворити демократію на ілюзію, форму політичного панування владної еліти.

Отже, у рамках сучасного суспільства ЗМІ можуть бути суто державними, суто приватними або змішаними. У найліберальніших демократичних суспільствах застосовують інформаційні системи змішаного типу, державні та приватні елементи яких діють у різних секторах. Ще одним різновидом суспільних ЗМІ є некомерційні інформаційні структури. Вони не фінансовані державою і не є приватними підприємствами, створеними для одержання прибутку. Інколи ці ЗМІ називають

«громадськими» (civic media). До цієї групи належать «підпільна» або альтернативна преса, «піратське» радіо, муніципальне кабельне телебачення, видання профспілок та ЗМІ, зорієнтовані на специфічні групи населення (жінок, етнічні меншини тощо).

Важливо зазначити, що у найбільш розвинених демократичних державах суспільні засоби масової інформації (як ті, що є власністю держави, так і некомерційні) діють у середовищі, де провідну роль відіграють приватні підприємства. Великі комерційні інформаційні корпорації контролюють більшу частину приватного сектора ЗМІ і часом застосовують ринкові стратегії для охоплення масової аудиторії.

Формальна незалежність проявляється в тому, що навіть у тих країнах, де преса може відбивати специфічні групові інтереси, за умов ліберальної демократії ЗМІ формально відокремлені від держави. Звичайно, держава має значний вплив на них, проте скарги, що преса протиставляє себе державній владі, а ЗМІ перебрали на себе роль «сторожового пса» стосовно уряду, свідчать про те, що цей доступ досить обмежений і неповний. Таким чином, формальна незалежність ЗМІ є наслідком їх розуміння своєї власної ролі.

Стосовно економічних умов, то цілі і завдання політики у сфері засобів масової інформації та системи її законодавчого регулювання майже діаметрально протилежні. ЗМІ, можливо, і створювали як реакцію на політичні та соціально-культурні проблеми суспільства, але зараз вони здебільшого постають у ролі бізнесових структур, які фінансуються за рахунок приватних інвестицій та споживачів і метою яких є одержання прибутку. Високі капітальні витрати створюють вступний фінансовий бар'єр для тих, хто бажає діяти на інформаційному ринку, і обмежують доступ до засобів комунікації тим, хто не має необхідного капіталу.

Критерієм втілення в практику суспільного мовлення є внутрішній кодекс людської поведінки, що виступає як стиль діяльності індивіда в сфері інформаційних відносин в умовах демократизації суспільного життя. Його ж основу становить те, що воно має здійснюватися в інтересах усього суспільства, а не в інтересах окремих його груп чи в інтересах держави. Це означає, що таке телебачення та радіо, інші засоби інформації та комунікації мають бути максимально орієнтованими на інтереси своїх глядачів, слухачів і читачів, у їх програмах має бути відображено всі точки зору, які є в суспільстві, їх обов'язком є забезпечення максимального плюралізму політичних думок, у якому рівною мірою мають бути представлені і позиція більшості, і позиція меншості.

Для сучасної України пріоритетність становлення суспільного мовлення в умовах розгортання інформаційних процесів обумовлюється тим, що, по-перше, необхідно об'єктивно оцінити місце, яке воно має зайняти в системі глобальних комунікацій; по-друге, забезпечити пошуки вибору стратегій розвитку суспільства та напрямків його виходу із соціально-економічної і політичної кризи та активне включення у світові комунікаційні процеси; по-третє, у ситуації пошуку самоідентичності країни вкрай важливо виробити власну концепцію суспільного мовлення, вдосконалити існуючі головні форми сучасної організації ЗМІ – приватну (комерційну), державну та суспільно-правову. Передумовою такого вдосконалення є теоретичний аналіз тенденцій сучасної організації ЗМІ в інших країнах, що зазначено вище, та світових тенденцій у рамках світового інформаційного простору.

Саме інформаційний простір забезпечує умови формування суспільного мовлення, яке передбачає широку участь громадян у прийнятті суспільно значимих рішень, а також визначає рівень доступності інформації для широкого загалу. Від того, наскільки розвинутий інформаційний простір, наскільки розвинуті форми сучасної організації ЗМІ, значною мірою залежить і відкритість суспільного устрою для демократичних перетворень, і рівень інформаційної культури та культури в системі інформаційних відносин суспільства.

Реальна роль суспільного мовлення полягає в тому, щоб, по-перше, виступати посередником між суспільством, громадськими і державними організаціями, політичними та владними інститутами. По-друге, відігравати головну роль у процесі формування

громадської думки, привертаючи увагу членів суспільства до нової, суспільно значимої проблеми чи до оцінки тих чи інших явищ. По-третє, воно має створити різноманітні плюралістичні й новаторські програми, що відповідають високим стандартам моралі та якості, стати форумом для громадських обговорень, у рамках яких можна висловлювати якомога ширший спектр поглядів і думок.

Для України питання формування суспільного мовлення є досить складним і не до кінця визначеним, попри те, що протягом тривалого часу воно є предметом широкої дискусії як на державному рівні, так і на рівні громадськості. Проблема створення суспільного мовлення посилюється залежністю політичної орієнтації багатьох ЗМІ від їх фінансових зв'язків з політично-економічними угрупованнями, і це значно зменшило довіру аудиторії до великої кількості видань, які вже не сприймаються як незалежні спостерігачі та джерела об'єктивної неупередженої інформації. А це додає труднощів у процесі перетворення ЗМІ на якісно новий соціально-політичний інститут, завдання якого – не лише доносити об'єктивну інформацію до широкого загалу, а й консолідувати суспільство, забезпечувати комунікаційні зв'язки між політичними елітами й масами, сприяючи інтеграції різних верств населення в рамках інформаційних відносин.

Ось чому сьогодні в Україні, як і в деяких державах з наявними проблемами економічного, соціально-політичного і культурного розвитку, виникла нагальна необхідність державного регулювання інформаційного ринку, протекціонізму і підтримки його розвитку в різних формах: законодавчій, правовій, політичній, фінансово-економічній, технічній, технологічній. Нині важливо формувати власний національний ринок як сегмент світового ринку глобальних інформаційних мереж. І це не лише данина моді, потреба створення міжнародного іміджу, а й питання буття чи небуття України як окремішньої самодостатньої європейської держави.

Реальна ситуація в Україні з невирішеністю багатьох проблем не дозволяє ближчим часом сподіватись піднесення інформаційного ринку на необхідний рівень, звільнення від залежності і тиску політичних партій чи об'єднань, від окремих монополістів, що контролюють мас-медіа, диктують умови подання інформації та визначають її зміст. Тобто в цьому процесі є чинники не лише економічного, суспільно-політичного, а й технічного, технологічного, професійного і психологічного характеру. Тому на сьогодні в Україні об'єктивними, незалежними від окремих власників, партій, політичних об'єднань, представників державно-бюрократичного апарату є лише близько 5% усіх мас-медіа.

Окрім державно-бюрократичного тиску, ЗМІ розвиваються в умовах правової, фінансово-економічної, підприємницької, психологічної і загалом професійної невідповідності до роботи в нових умовах ринкових відносин з урахуванням процесу становлення інформаційного простору, умовах необхідності формування нових інформаційно-комунікативних відносин в Україні. Все це засвідчує, що демократична, об'єктивна, незалежна преса може існувати за широкої підтримки її з боку державних інституцій, а саме – в цивілізованих, стабільних, незалежних і економічно міцних державах. Отримуючи таку підтримку, засоби масової інформації, в свою чергу, спрямовують діяльність на забезпечення її демократичного розвитку. А це означає, що свою діяльність вони підпорядковують виконанню державних програм у плані формування державницьких світоглядних орієнтацій громадян, захисту їх прав і свобод, забезпеченню соціальних потреб та інтересів населення держави. Водночас ЗМІ виконують функції каталізатора економіки, охоронця Конституції, національних і загальнолюдських цінностей.

З іншого боку, враховуючи реальний стан функціонування українських ЗМІ, слід відзначити, що, будучи основним елементом інформаційного ринку, складовою частиною загальнонаціонального ринку товарів і послуг, медіа-продукція набуває споживчої вартості й може мати попит на різних ринках: інтелектуальних цінностей, освіти, публіцистики, реклами, поліграфічних засобів тощо. За умов організації ефективного функціонування маркетингових служб, налагодження взаємовідносин з усією системою

ринкової інфраструктури (підприємствами, організаціями, об'єднаннями) ЗМІ усіх форм власності можуть бути самодостатніми, самофінансованими й навіть прибутковими. Проте фінансування цього доволі складного специфічного ринку має відбуватися з урахуванням особливостей утворення, становлення історичного та соціально-економічного розвитку Української держави.

На розвиток медійної сфери та створення сучасних форм інформаційних відносин і культури інформаційного мовлення України негативно впливає фактична відсутність громадських організацій, які б займалися захистом прав суб'єктів інформаційних відносин, споживачів правдивої, об'єктивної, неупередженої медіа-продукції. Не створено також альтернативних комунікаційних систем на локальному рівні, що могли б забезпечити діяльність, спрямовану на розвиток інформаційної та комунікаційної свідомості громадян України. Це призводить до несформованості громадської думки про те, що захист інформаційного середовища є частиною екології культури, важливою складовою створення публічної сфери та поступального руху до громадянського суспільства і демократії, до забезпечення умов створення суспільного мовлення на загальнонаціональному рівні.

Саме питання суспільного мовлення в Україні як необхідної умови демократичного забезпечення інформаційної складової суспільства протягом останнього часу порушується й обговорюється як на рівні громадських організацій – різноманітних «круглих столів» та громадських слухань, так і на рівні держави – зокрема, на парламентських слуханнях щодо розвитку телерадіоінформаційного простору, на засіданнях Комітету ВР з питань свободи слова та інформації. В 1997 році було прийнято Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення», який, на жаль, залишився лише законом і до цього часу [2]. В цьому ж плані на початку лютого 2011 року Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про доступ до публічної інформації» [4].

Зауважимо, що і на міжнародному рівні тема необхідності створення суспільного мовлення в Україні порушується в Раді Європи, зокрема – у Резолюції Парламентської Асамблеї Ради Європи від 29 вересня 2003 року «Про виконання Україною своїх обов'язків та зобов'язань».

У зв'язку з недостатньою обізнаністю з цього питання не лише серед загалу, а й тих, хто покликаний створювати основу впровадження суспільного мовлення, побутує багато міфів, що по-своєму пояснюють це явище. В українському суспільстві дуже мало уваги приділяється тому, щоб зрозуміти самим, а тим більше пояснити населенню, що ж являє собою суспільне мовлення. Тому й побутує уявлення, що оскільки мовлення суспільне, то і суспільство саме має його створювати чи дорости до його створення.

На жаль, сьогодні, коли в Україні вже тією чи іншою мірою обговорюється питання про створення суспільного мовлення, і політичні діячі, і журналісти вживають це поняття як синонім «громадського», що є неправомірним. На нашу думку, хоча і дещо категоричну, ми в Україні не зовсім чітко розуміємо поняття «суспільного мовлення». Тому основна увага зосереджується або на усуненні держави від ЗМК та ЗМІ, або реорганізації державних структур та каналів мовлення, або на питаннях власності ЗМІ.

Варто звернути увагу й на те, що досвід західних країн щодо функціонування суспільного мовлення (свідомо чи несвідомо) подається дещо викривлено. Тому ми спробуємо більш адекватно висвітлити це питання. Політичний зміст і практика роботи ЗМІ в ліберальному демократичному суспільстві залежить від загального середовища та умов, за яких доводиться функціонувати ЗМК та ЗМІ. Самі по собі засоби масової інформації можуть розглядатися з кількох точок зору: як галузь економіки, як культурні інституції та як технології.

Однією з характеристик суспільного мовлення є те, що, по-перше, на його каналах мають приділяти значну увагу не лише провідним групам та домінуючим ідеям, а й меншинам, зокрема національним. По-друге, саме суспільне мовлення бере на себе обов'язок з комерційно мало привабливих, але суспільно важливих програм освітньої,

культурологічної, дитячої тематики обрати найбільш значимі, привабливі в суспільно-політичному значенні напрямки поширення інформації. По-третє, характерною рисою та вимогою до суспільного мовлення є особливо високі стандарти професійної етики, які гарантують максимальну об'єктивність, забезпечення права на відповідь та перевірку інформації. По-четверте, суспільне мовлення має бути незалежним як від інститутів держави, так і від бізнесу. Саме держава зобов'язується дбати про таку незалежність. І це здійснюється як шляхом законодавчого закріплення принципів незалежності, так і через особливості механізму управління та фінансування організацій суспільного мовлення.

Розглядаючи організації суспільного мовлення з точки зору власності, бачимо, що вони часто є підприємствами державної власності, хоча у частини країн це приватні корпорації. В останньому випадку суспільні мовники все одно мають істотну відмінність від комерційних (приватних) мовників. Було би помилкою вважати, що основна відмінність – відсутність реклами на каналах суспільного мовлення. Це, по-перше, не є основним, а по-друге, у багатьох випадках не є й відмінністю взагалі, оскільки багато суспільних мовників розміщують рекламу, хоча і в зменшеному обсязі.

Отже, щоб державне телебачення перетворилося на суспільне, потрібно на рівні закону (а відтак і на практиці) реформувати систему управління та підзвітності організацій мовлення, законодавчо закріпити вимоги щодо програмної політики і концепції мовлення та встановити механізм достатнього та незалежного фінансування. Саме фінансування є одним з найскладніших питань, яке стосується суспільного мовлення. Існує помилкова думка, що суспільне мовлення має фінансуватися лише за рахунок абонентської плати, яку сплачують користувачі теле- та радіоприймачів. Плата стягується за користування дротовим радіо та кабельним телебаченням, тому важко уявити, що українські громадяни погодяться на додатковий податок з телевізорів.

Відповідно до стандартів Ради Європи, контроль за діяльністю організацій суспільного мовлення здійснює колегіальний наглядовий орган, до якого входять представники різних організацій та сил. Відповідно до Рекомендацій Комітету «Про гарантії незалежності суспільного телерадіомовлення» норми закону, які регламентують створення такого наглядового органу, повинні «гарантувати, щоб члени контролюючих органів: призначалися за допомогою відкритої і плюралістичної процедури; колективно представляли інтереси суспільства в цілому; не мали б права безпосередньо чи опосередковано виконувати свої функції, отримувати зарплату чи мати частку в підприємствах або інших організаціях медіа-сектору чи інших секторів». Члени наглядового органу мають діяти лише в інтересах суспільного мовлення.

В інформаційному просторі України, на жаль, відсутня потужна система узгоджених конструктивних ідеологем, здатних консолідувати суспільство для подолання існуючої трансформаційної кризи. Натомість спостерігаються негативні тенденції, які, за умови їх подальшого розвитку, можуть призвести до критичного ступеня деморалізації населення, а відтак і розпаду суспільства, розладу суспільних відносин. Українські ЗМІ є сьогодні вагомим чинником впливу на суспільну свідомість. Тому від громадянської позиції мас-медіа значною мірою залежить, яким шляхом піде українське суспільство в світовій системі інтенсивного розгортання інформаційно-комунікативних зв'язків і відносин.

1. Закон України «Про інформацію» // Голос України. – 1992, 13 листопада. 2. Закон України «Про систему суспільного телебачення та радіомовлення України», прийнятий 18 липня 1997 // Голос України. – 1997, 5 листопада. 3. Інформатизація та відкритість влади як засоби демократизації суспільства / Зб. мат-в кр. ст. Нац. ін-ту страт. дослідж. 17 грудня 2002 р., – Київ: Альтерпрес, 2003. – 159 с. 4. Закон України «Про доступ до публічної інформації», від 13 січня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.