
СОЦІОЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

УДК 304

Н. С. Левицька, асистент кафедри,
М. А. Стронська, студент**РОЛЬ МІСЦЕВИХ МЕДІА В УСПІШНОМУ РОЗВИТКУ ГРОМАД**

Анотація. Дана робота присвячена вивченню особливостей впливу місцевих засобів масової інформації на розвиток громад. Здійснюється аналіз важливості співпраці громади із медіа. Емпірично досліджується загальна зацікавленість інформаційним наповненням медіа-джерела, рівень довіри/недовіри до них, рівень висвітлення проблем громади та конструктивний та деструктивний аспекти впливу ЗМІ.

Ключові слова: ЗМІ, інформація, місцеві медіа, розвиток громади.

Н. С. Левицкая, ассистент кафедры,
М. А. Стронская, студент**РОЛЬ МЕСТНЫХ МЕДИА В УСПЕШНОМ РАЗВИТИИ ГРОМАД**

Аннотация. Данная работа посвящена изучению особенностей влияния местных средств массовой информации на развитие общин. Производится анализ важности сотрудничества общины с медиа. Эмпирично исследуется общая заинтересованность информационным наполнением медиа-источника, уровень доверия/недоверия к ним, выделение проблем общины и конструктивные и деструктивные аспекты влияния СМИ.

Ключевые слова: СМИ, информация, местные медиа, развитие общины.

N. S. Levytska, Department Assistant,
M. A. Stronska, Student**ROLE OF LOCAL MEDIA IN COMMUNITIES SUCCESSFUL DEVELOPMENT**

Abstract. This research is devoted to studying of the peculiarities of the local media influence on community development. We have analyzed the importance of cooperation between community and media. Empirically the overall interest of Media source's Content, the trust/distrust, the level of covering of the problems community and the constructive and destructive aspects of media influence are investigated.

Keywords: Media, information, local media, community development.

Актуальність теми дослідження. Розглядаючи засоби масової інформації (ЗМІ) як особливий чинник впливу на розвиток громади, треба зазначити, що безпосереднім об'єктом дії інформаційних повідомлень є як окремий індивід, так і велика група людей, що становлять аудиторію для того чи іншого конкретного засобу масової комунікації. ЗМІ мають чималі можливості впливати на світогляд людей, що в свою чергу виявляється в певній поведінці або бездіяльності суб'єктів певної громади та країни загалом.

Засоби масової інформації (ЗМІ), мас медіа (Mass media) — преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, Інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. [6] Всім цим засобам притаманні якості, що їх об'єднують — звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний зміст виробництва і розповсюдження інформації.

За допомогою медіа простору сучасна людина задовольняє одну з основних своїх потреб — потребу в інформації. Різного роду ЗМІ здійснюють вплив на свідомість людини і через перероблену та відредаговану ними інформацію у аудиторії формується не тільки своєрідна картина

СОЦІОЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

світу та світосприйняття в цілому, але і встановлюються певні норми і правила поведінки людини в суспільстві. Регіональні медіа в свою чергу являються єдиним формальним джерелом отримання місцевої інформації.

В процесі функціонування місцеві засоби масової інформації здійснюють двобічний зв'язок між комунікатором та реципієнтом (тим, хто сприймає інформацію), відбувається своєрідне спілкування — не особисте, а за допомогою масових форм зв'язку [4]. Саме тому їх діяльність має важливі суспільно-політичні наслідки, оскільки характер масової інформації, адресований аудиторії, визначає значною мірою її ставлення до дійсності і напрям соціальних акцій.

Однією з особливостей в роботі регіональних засобів комунікації є те, що будь-які події загальнодержавної значущості, будь-які соціальні, економічні, політичні проблеми сприймаються виключно через призму того, як може та чи інша подія вплинути на життя даного регіону. Чим ближча інформація до людини, до її рідної домівки, тим цікавіше це для неї. Саме за таким опорним принципом на своє місто, на свій регіон намагаються працювати місцеві ЗМІ.

Постановка проблеми. Через свої канали місцеві медіа мають подавати інформацію, яка була б корисною у вирішенні проблем певної громади [2]. Адже розвиток громади — це певний підхід до розв'язання людських проблем, який сприяє налагодженню стосунків на основі довіри, єдності та співпраці, необхідних людям для того, щоб вони могли працювати разом над усвідомленням та аналізом своїх проблем, а також знаходити справедливе та ефективне розв'язання цих проблем. Відповідно до опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) середній мешканець, з 12 опитуваних міст, переглядає дев'ять джерел новинної інформації за тиждень, серед яких 4 місцеві канали, 2 — друковані видання, 1 радіостанція та 2 веб-сайти. Що в свою чергу демонструє попит на інформацію місцевого значення, яка з кожним роком зростає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль ЗМІ та інформаційного простору взагалі досліджували в українській та зарубіжній політичній думці такі вчені: австрійський учений Ф. Махлуп дослідив процес збільшення ролі інформації; Д. Бел проаналізував основні ознаки нового «постіндустріального суспільства», де головну роль відіграє інформація як товар. А. З. Москаленко розглядав у своїй роботі значення та місце ЗМІ у житті країни. Проблеми активного впливу ЗМІ на політичну свідомість і поведінку громадян вивчали О. В. Пугачов та А. І. Соловйов; М. Л. Князева розглянула як мас-медіа визначають духовний клімат суспільства та проаналізувала залежність громадян від емоційних та моральних потоків ЗМІ; А. А. Новікова вивчала роль та місце радіо, телебачення і періодичних видань у демократичному суспільстві.

Стан сучасної регіональної преси розглядається в окремих розділах монографій М. А. Карася, О. К. Мелещенка, статтях О. В. Чекмишева, Л. Здіра та ін. [7].

Статус ЗМІ закріплено в Конституції України. В статті 34 говориться: «Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб — на свій вибір» [3].

Поряд з цим існує проблема стосовно подання інформації, окреслена у романі-антиутопії О. Хакслі «О, дивовижний новий світе»: через різноманіття інформації, яка поступає до людей, неможливо розібратися, яка з них є правдою, а яка — ні [7]. Наявність двох кардинально різних (протилежних) точок зору в інформаційному просторі дезорієнтує людину і тим самим нівелює її участь у реакції на цей привід — вона просто не знає, на що саме слід реагувати.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Однак, не зважаючи на достатньо високий інтерес до проблем впливу медіа та медіа-середовища на соціалізацію особистості, а також визначення та характеристики конструктивного та деструктивного аспектів такого впливу, серед наукових розробок майже відсутні дослідження особливостей впливу місцевих ЗМІ на розвиток громади.

Постановка завдання. Аналіз впливу місцевих медіа на особистість зокрема та на громади в цілому надасть змогу прослідкувати ступінь їх взаємозалежності, проаналізувати позитивні та негативні аспекти ролі медіа в розвитку громади.

СОЦІОЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Виклад основного матеріалу. Беручи до уваги дослідження, проведене Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» [11] разом із соціологічною службою Центру Разумкова [12] в українському суспільстві лише три соціальні інституції мають переважну довіру з боку громадян. До них відносяться: церква (баланс довіри-недовіри становить +50%), ЗМІ України (+24.5%), Збройні сили України (+11%) та дещо переважає довіра у ставленні до громадських організацій (+3%). Усі інші соціальні інституції мають негативний баланс довіри-недовіри. Що в свою чергу висуває масові медіа на одні із перших щаблів найвпливовіших інститутів нашої країни та її регіонів відповідно, які здійснюють вплив на населення в цілому й на окремі вікові та соціальні категорії. Можна виокремити два аспекти такого впливу. По-перше, ЗМІ істотно сприяють засвоєнню людьми різного віку широкого спектра соціальних норм та формуванню у них ціннісних орієнтацій у сфері політики, економіки, здоров'я, права тощо. По-друге, медіа фактично є своєрідною системою неформальної освіти та просвіти різних категорій населення. При цьому користувачі ЗМІ здобувають досить різнобічні, суперечливі, несистематизовані знання, відомості з різних питань суспільного та політичного життя [6].

Розвиток громади відрізняється від інших підходів до розв'язання проблеми тим, що цей розвиток наголошує на активній участі членів громади в усіх аспектах роботи, що досягається об'єднанням людей та висвітленням конкретної проблеми в місцевих медіа; мобілізацією громади; формуванням свідомого та критичного ставлення особистості як члена громади до подій життя громади; наданням доступу до важливої інформації; можливістю публічного обговорення актуальних питань; можливістю швидко організувати певні громадські акції і заходи; фандрайзингом коштів на потреби громади [1].

Просування будь-якого інтересу групи громадян повинно базуватись на тісному зв'язку із засобами масової інформації. Медіа кампанії, спрямовані на захист громадських інтересів, використовують стратегії, техніку PR та журналістської діяльності. Роль таких зв'язків із засобами масової інформації складно переоцінити:

- По-перше, завдяки публікаціям у ЗМІ налагоджуються та укріплюються зв'язки з членами всієї територіальної громади, що дозволяє формувати громадську думку, об'єднувати усіх, хто зацікавлений у прийнятті відповідного владного рішення.
- По-друге, підвищується рейтинг популярності організацій, що об'єднались у коаліцію для просування певного інтересу. Зачинання коаліції здобувають масову підтримку.
- По-третє, громадська структура з адвокації завдяки гласності, може знайти союзників серед спонсорів, представників бізнесу, органів місцевого самоврядування, а також серед людей найрізноманітніших професій, віку та віросповідання [2].

Таким чином, інформування громадськості через засоби масової інформації допомагає змінити ставлення місцевої громади до будь якого питання, а також підготувати думку тих людей, які приймають рішення.

Задля ефективного розвитку громад в нашій країні реалізуються різноманітні проекти, одним з таких є Спільний проект Європейського Союзу та Програми розвитку ООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ). Метою якого виступає утворення сприятливого середовища для сталого соціально-економічного розвитку на місцевому рівні шляхом сприяння самоорганізації громад, розроблення та впровадження невеликих за обсягом громадських ініціатив у всіх регіонах України. Діяльність цього проекту супроводжується висвітленням її в місцевих засобах масової інформації, що в свою чергу сприяє залученню до нього зацікавлених осіб; сприяє підвищенню соціальної відповідальності за свої дії у пасивних жителів певної громади та мотивує їх до участі при вирішенні проблем громади. Сторінки даного проекту присутні в соціальних мережах та веб-сайтах [11; 12; 13], що популяризує проект серед молоді, яка складає основу «світлого» соціального майбутнього країни та громад зокрема.

Разом з тим, як показує практика, засоби масової інформації не завжди готові до систематичного й тривалого висвітлення всіх етапів просування суспільного інтересу, тим більше в тих випадках, коли цей інтерес перебуває в явному протиріччі з політикою місцевого самоврядування.

СОЦІОЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Причина криється в тому, що зв'язок місцевих ЗМІ з державними структурами часто має характер залежності, оскільки саме від держави те чи інше видання отримує дотації, оплату послуг, певні пільги [5]. Ця обставина спонукає журналістів проявляти лояльність до органів місцевого самоврядування, котрі у своїх орієнтаціях віддають переваги політичним колізіям, лишаючи поза увагою низові громадські ініціативи по просуванню інтересів тієї чи іншої групи населення. Ось чому місцеві видання хоч і друкують повідомлення про просування інтересів громадян в ЗМІ, все ж при цьому цілісно їх не висвітлюють, протягом тривалого часу, на усіх етапах кампанії з адвокації. А за умови невідповідності громадського інтересу політиці влади, ЗМІ у своїй більшості підтримують позицію владних структур.

Методика та організація дослідження. Для вивчення особливостей впливу місцевих медіа на розвиток громади нами було проведено анкетування. Були використані методики відповідних тематичних досліджень [9; 10] адаптовані у відповідності до цілей даної наукової роботи.

Згідно інструкції, респонденти мали визначитись яким видам ЗМІ вони надають перевагу; висловити свою довіру-недовіру до місцевих мас-медіа; зазначити чи висвітлюється місцевими ЗМІ інформація щодо життя та розвитку громади; вказати позитивний та негативний ефекти впливу місцевих мас-медіа на розвиток громади.

В дослідженні прийняли участь 72 особи віком від 19 до 24 років. Респондентами стала студентська молодь міста Чернігова. Серед яких: 60% дівчат та 40% юнаків; на державному бюджеті навчається 70% опитуваних, а за кошти юридичних/фізичних осіб – 30%.

Результати оброблялись шляхом підрахунку середніх значень за кожним показником.

Результати дослідження та їх обговорення. Для досягнення цілей дослідження питання анкети були поділені на три змістовні блоки. Так, в першому блоці аналізувались результати відповідей стосовно зацікавленості респондентів інформацією, наведеною в місцевих ЗМІ; надання переваги тим чи іншим видам мас-медіа; визначався загальний рівень довіри-недовіри до місцевих ЗМІ.

При аналізі відповідей на перше запитання («Чи цікавитеся ви інформацією, наведеною в місцевих ЗМІ?») даного блоку були отримані такі результати. Зокрема, 75% респондентів вказали на зацікавленість інформацією, що подається в місцевих мас-медіа. Ще 20% зазначили, що при відданні переваги загальнодержавним, центральним ресурсам, все ж таки інколи цікавляться фактами, що подані з регіональних джерел. І лише 5% респондентів не вважають за потрібне знайомитись з інформацією, що надана з місцевих ресурсів.

На нашу думку, дані результати яскраво вказують на активну позицію та небадь дуже ставлення студентської молоді до подій та явищ, які мають місце на території громади.

Зважаючи на соціально-психологічні особливості молоді, яка утворила нашу вибірку, та значний вплив на формування особистості студента, друге питання даного блоку було присвячено з'ясуванню видів місцевих мас-медіа, яким надають перевагу респонденти. Отже, найпопулярнішими стали: соціальні мережі – 30%; преса (газети, журнали, книги) – 25%; веб-сторінки обрали 20%. Як ми можемо бачити, то сумарно 50% респондентів стають поінформованими за допомогою електронних ресурсів. Даний факт, на нашу думку, пов'язаний з розвитком технологій та відповідним розширенням доступу користування інформаційними послугами. Однак, четверта частина респондентів все ж таки обрали більш традиційну пресу. Отже, місцева періодика користується попитом серед мешканців громади, а це вказує на можливість здійснення впливу на розвиток самої громади.

Порівняно низький результат отримав такий вид місцевих ЗМІ, як телебачення (15%). Також найменше цікавить студентів радіо – 6% і рекламні щити та панелі – 4%. На нашу думку, це може свідчити про низький рівень якості роботи даних ЗМІ, можливе лобювання приватних інтересів.

Логічним продовженням попереднього аспекту розгляду стало третє запитання даного блоку. Воно мало на меті визначення загального рівня довіри-недовіри до місцевих ЗМІ. Отже, лише 10% респондентів вказують на цілковиту довіру цій інформації. 55% з числа опитаних виявилися більш критичними, тому зазначили, що по при існуванні довіри варто все детально перевіряти.

Вразив той факт, що 35% респондентів повністю не довіряють локальним мас-медіа, та все ж слідкують за оновленням їх інформаційного змісту.

СОЦІОЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Таким чином, ми можемо резюмувати, що при виявленні високого рівня зацікавленості в інформаційному наповненні місцевих ЗМІ, показник довіри до них є порівняно низьким.

Другий блок запитань анкети мав на меті дослідити думку респондентів щодо існування впливу місцевих ЗМІ на розвиток громади, позитивний та негативний аспекти такого впливу, а також визначався рівень висвітлення місцевими мас-медіа проблематики громади.

На основі отриманих відповідей було виявлено, що 95% респондентів вказують на часткове, поверхневе висвітлення проблем громади. Самі студенти пояснюють свій вибір тим, що багато проблем громади лишається поза увагою місцевих ЗМІ. При цьому, 60% опитаних вважають, що такого рівня висвітлення вистачає для здійснення впливу на розвиток громади.

Метою наступних двох запитань даного блоку стала характеристика конструктивного та деструктивного аспектів можливого впливу місцевих ЗМІ на розвиток громади. Зокрема, виявлено, що 35% респондентів перевагою впливу мас-медіа вважають можливість організації певних громадських акцій та заходів. Ще 30% зазначили, як відповідь, варіант «висвітлення актуальної інформації з життя громади». На нашу думку, дані результати вказують на важливість впливу ЗМІ в аспекті формування активної громадської позиції членів громади, що, відповідно до результатів нашого дослідження, стає можливим завдяки соціальним мережам та веб-ресурсам. А також завдяки останнім видам медіа, на думку 16% респондентів, є можливість створення майданчику для публічного обговорення актуальних питань громади.

13% опитаних студентів перевагу впливу ЗМІ на розвиток громади вбачають у формуванні свідомого та критичного ставлення особистості, як члена громади, до подій з її життя. Даний результат, на нашу думку, зумовлений загальною тенденцією зростання впливу інституту ЗМІ на життєдіяльність, процеси соціалізації окремого індивіда, групи, країни й людства в цілому.

Відповіді на наступне запитання даного блоку дають характеристику можливому деструктивному впливу діяльності засобів масової інформації на розвиток громади. Саме тому, 50% опитаних такий вплив вбачають у необ'єктивному висвітленні інформації, через лобювання приватних інтересів. Беручи до уваги розвиток сучасних PR технологій та роботу над змістовним наповненням матеріалу цілої команди фахівців різних професійних напрямків, то зрозумілим, на нашу думку, стає вибір 45% респондентів такого варіанту як «маніпулювання свідомістю та настроями громадян».

Аналіз відповідей на запитання другого блоку дає нам підстави вважати, що рівень висвітлення місцевими ЗМІ проблематики громади є фрагментарним. Даний факт пояснюється існуванням негативних аспектів впливу медіа на розвиток самої громади у вигляді викривленого висвітлення актуальної інформації та значного маніпулювання свідомістю й настроями. По при цьому, респондентами виділені чіткі напрямки конструктивного впливу ЗМІ, що в своїй сукупності допомагають підвищити зацікавленість громадян до розв'язання проблем своєї громади, мобілізувати їх зусилля, скоординувати діяльність.

Третій блок анкети містив відкрите запитання, що мало вивчити думку респондентів щодо шляхів збільшення впливу місцевих мас-медіа на розвиток громади. Узагальнюючи надані респондентами відповіді, можна вказати наступне: найпопулярнішою стала порада «Змінювати підходи до подання інформації», що пояснювалось заангажованістю діяльності як конкретних ЗМІ, так і тем, що ними висвітлюються.

Доречним, на нашу думку, є висловлювання респондентів щодо вдосконалення роботи місцевих ЗМІ в інтегруючому суспільстві напрямку. Саме мас-медіа мають допомагати використовувати у своїй діяльності місцевим лідерам та громадським активістам механізм соціальної мобілізації населення.

А також, як вказують опитані нами респонденти, місцеві ЗМІ мають самі зайняти активну позицію: налагодити більш тісний зв'язок з громадою, проводити різні акції та зустрічі задля з'ясування нагальних потреб та проблем громади.

Висновки. Отже, на основі проведеного дослідження можна зробити наступні узагальнення. В цілому молодь обізнана та цікавиться інформацією місцевих медіа, проте через наявність не довіри та відсутність соціальної відповідальності зі сторони ЗМІ студентська молодь не в повній мірі цікавиться проблеми громади. Це говорить про те, що місцеві ЗМІ, хоч і мають вплив на свідомість осіб й безліч позитивних сторін і можливостей, їм необхідно стати незалежними від органів місцевого самоврядування та джерел свого фінансування. І тільки тоді вони в повній мірі

СОЦІОЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

матимуть змогу реалізувати свої можливості, об'єктивно подавати факти та сприяти поступовому та успішному розвитку громади, формувати свідоме ставлення до громади кожної особи.

Отримані результати, безперечно, не можуть претендувати на остаточні висновки. Постає проблема потребує ґрунтовнішого вивчення, проведення додаткових досліджень та розробки детальних рекомендацій щодо підвищення ролі місцевих медіа в успішному розвитку громад.

Література

1. Абрамов Л. К. Центр місцевої активності для розвитку громади / Л. К. Абрамов, Т. В. Азарова – Кіровоград : ІСКМ, 2012. – 144 с.
2. Полуйко В. Основи розвитку громади : Навчальний посібник / В. Полуйко, П. Лазарчук // Західноукраїнський ресурсний центр. – Львів : ЗУРЦ, 2002.
3. Конституція України : [принята на 5-й сесії Верховної Ради України 28 июня 1996 года]. – [Електронний ресурс] : - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
4. Політологія / [за ред. О. І. Семківа]. – Львів: Світ, 1994. – 592 с.
5. Все про медіа регіонів України : в рамках проекту " Громадська експертиза. Свобода слова" / [А. Петренко, Д. Новаківська, П. Жук та ін.]. – К. : Центр "Суспільство", 2000 . – 151 с.
6. Іванов В. Ф. Соціологічні дослідження аудиторії мас-медіа [Електронний ресурс] / В. Ф. Іванов - Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1280>.
7. Хаксли О.О дивный новый мир [Електронний ресурс] / О. Хаксли - Режим доступу : <http://reede.ru/lib/books/>.
8. Чекмишев О. Сучасне правове поле діяльності засобів масової інформації / Чекмишев О. // Сучасна українська журналістика: поняттєвий апарат. – К., 1999 – С. 18.
9. Сайт новин «Тижень ЮА» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/>
10. Міщенко М. Українці найбільше довіряють ЗМІ та церкві, найменше - банкам і партіям [Електронний ресурс] / М. Міщенко – Режим доступу : <http://razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php>
11. CBA Project experience replication in Chernivtsi region – [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://www.cba.org.ua/>
12. Проектний документ "Місцевий розвиток, орієнтований на громаду, фаза - II" [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.facebook.com/cbaproject>
13. Лісіцина Д. В. Ресурсний центр, Місцевий розвиток, орієнтований на громаду [Електронний ресурс] / Д. В. Лісіцина – Режим доступу : <http://vesele.org.ua/obrazovanie/sh2/260-misceviy-rozvitok.html>

References

1. Abramov, L. K., Azarova, T. V. (2012). *Tsentr mistsevoi aktyvnosti dlia rozvytku hromady [Center for Local Activities for Community Development]*. Kirovohrad: ISKM [in Ukrainian].
2. Poluiko, V., Lazarchuk, P. (2002). *Osnovy rozvytku hromady [Fundamentals of community development]*. Zakhidnoukrainskyi resursnyi tsentr – West Ukrainian Resource Center. Lviv: ZURTS [in Ukrainian].
3. *Konstitutsiia Ukrainy: priniata na 5-i sessii Verkhovnoi Rady Ukrainy 28 iunია 1996 roku [The Constitution of Ukraine: adopted by the 5th session of the Verkhovna Rada of Ukraine on June 28, 1996]*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> [in Ukrainian].
4. Semkiva, O.I. (Eds.). (1994). *Politolohiia [Politicalology]*. Lviv: Svit [in Ukrainian].
5. Petrenko, A., Novakivska, D., Zhuk, P. et al. (2000). *Vse pro media rehioniv Ukrainy: v ramkakh proektu " Hromadska ekspertyza. Svoboda slova" [All about the media regions of Ukraine: within the framework of the project "Public Expertise. Freedom of Speech"]*. Kyiv: Tsentr "Suspilstvo" [in Ukrainian].
6. Ivanov, V. F. *Sotsiologichni doslidzhennia audytorii mas-media [Sociological studies of mass media audience]*. Retrieved from <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1280> [in Ukrainian].
7. Huxley, A. *O divnyi novyi mir [Brave New World]*. Retrieved from <http://reede.ru/lib/books/> [in Russian].
8. Chekmyshev, O. (1999). *Suchasne pravove pole diialnosti zasobiv masovoi informatsii [Modern legal field of mass media activity]*. Suchasna ukrainska zhurnalistyka: poniattievyi aparat – Contemporary Ukrainian Journalism: Conceptual Apparatus. Kyiv [in Ukrainian].
9. *Sait novyn "Tyzhden YuA". Mediarynok 2013 roku [News site "Tyzhden YuA". 2013 Media Market]*. Retrieved from <http://tyzhden.ua/> [in Ukrainian].
10. Mishchenko, M. *Ukrainci naibilshe doviriaut ZMI ta tserkvi, naimenshe – bankam i partiiam [Ukrainians are the most trusted on media and church, the least of all on banks and parties]*. Retrieved from <http://razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php> [in Ukrainian].
11. CBA Project experience replication in Chernivtsi region. Retrieved from <http://www.cba.org.ua/> [in English].
12. *Proektnyi dokument "Mistsevyi rozvytok, oriientovanyi na hromadu, faza - II" [Project Document "Community Based Approach to Local Development, Phase II"]*. Retrieved from <https://www.facebook.com/cbaproject> [in Ukrainian].
13. Lisitsyna, D. V. *Resursnyi tsentr, Mistsevyi rozvytok, oriientovanyi na hromadu [Resource Center, Community Based Approach to Local Development]*. Retrieved from <http://vesele.org.ua/obrazovanie/sh2/260-misceviy-rozvitok.html> [in Ukrainian].