

Журналістика

УДК 007: 304: 070 + 001

ФАХОВА ІНМУТАЦІЯ* ЖУРНАЛІСТІВ: СПЕЦИФІКА ІДЕНТИФІКАЦІЇ

О. М. Холод

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника;
кафедра журналістики Факультету філології;
76000, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57*

У статті проаналізовано інмутацію масової комунікації та фахової інмутації журналістів. Проблемою є незнання ознак інмутації як масової комунікації, так і ознак фахової інмутації журналістів.

Метою дослідження обрано ідентифікацію й опис ознак інмутації масової комунікації та ознак фахової інмутації журналістів.

Методологією дослідження обрано емпіричні й теоретичні методи: ми звернулися до спостереження, яке дозволило нам завдяки визначенню заздалегідь критеріям зафіксувати особливості інмутації масової комунікації та особливості фахової інмутації журналістів. Для деталізації фіксування ми звернулися до методу опису. Серед методів теоретичного дослідження ми послуговувалися формалізацією як засобом побудови абстрактних моделей, що спрямовані на розкриття суті інмутації масової комунікації. Ми звернулися також до гіпотетико-дедуктивного методу, який дозволив нам висунути гіпотезу щодо формування інмутаційних процесів у масовій комунікації і процесі фахової інмутації журналістів та довести гіпотезу дедуктивним методом.

У висновках ми прийшли до констатації того, що аналіз специфіки двох груп інмутації масової комунікації (тих, хто причетні до виробництва масової комунікації і того, що є сукупністю технологічних і технічних чинників) дав нам право стверджувати, що: інмутація тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, базується на соціальній корозії стрижневих сутностей аксіологічної шкали особистості; сукупність технологічних і технічних чинників є лише наслідком соціальної корозії (інмутації) суспільства.

* Термін “інмутація” запропоновано нами 2006 року в статті «Інмутація та маніпуляція у засобах масової інформації (співвіднесення семантики термінів)» у монографії «Інмутація у масмедіа» (2006). – С. 5-11.

Ключові слова: інмутація, масова комунікація, фахова інмутація журналістів.

Проблема дослідження

Сьогодні ми не знаємо конкретних ознак інмутації масової комунікації. Невідомі нам і ознаки фахової інмутації журналістів. У сукупності два згаданих види інмутації тягнуть за собою ланцюг інмутації сприйняття інформації, інмутацію формування суспільної думки аудиторії, інмутацію прийняття рішень на державному та регіональному рівнях. Іншими словами, ми маємо інмутацію суспільства. Проблемою є незнання ознак інмутації як масової комунікації, так і ознак фахової інмутації журналістів.

Історія проблеми, або аналіз дотичних до нашого дослідження публікацій.

Термін “інмутація суспільства”, введений нами в науковий обіг 2006 року, характеризує наш концептуальний підхід до вивчення складних процесів у суспільстві. Поняття інмутації пов’язане з теорією інмутації суспільства, яка є частиною метатеорії маніпуляції, розробленою нами впродовж 2010-2014 років.

Інмутацією (від лат. *inductum* – внесення, від лат. *nego* – заперечую, від лат. *mutation* – зміни = $i + n + mutation$ = “внесення негативних змін”) ми називаємо зміну моделей поведінки суспільства на гірше. Інмутацію слід розглядати на рівні мутації та абмутації, які пов’язані між собою, оскільки є одним цілим. Якщо інмутація – це негативний процес, то мутація (від лат. *mutation* – зміни) – зміна моделей поведінки суспільства на краще. Абмутацію (від лат. *absent* – відсутність + *mutation* – зміни = відсутність змін) ми розглядаємо як відсутність будь-яких змін моделей поведінки суспільства.

Основними положеннями теорії інмутації суспільства є такі:

1) існують три етапи інмутації суспільства як три ключових моменти зміни моделей поведінки на гірше: розбалансування, руйнування, знищення; кожний з етапів інмутації суспільства має ключові ознаки, до яких ми відносимо:

2) у періоді *розбалансування* – внесення таких змін на гірше, які псувають систему не повною мірою і дозволяють суспільній системі продовжувати функціонувати, але з певними збоями і порушеннями звичних функцій;

3) у періоді *руйнування* відбувається “збій” суспільної системи і псування її до ступеню неможливості продовження функцій, які забезпечують існування суспільства;

4) у періоді *знищення* можна спостерігати припинення фізичного існування суспільної системи;

5) ознаки негативних змін у суспільстві на кожному з перелічених етапів інмутації підлягають аналізу з позиції теорії епістемі М. Фуко:

кожний етап інмутації повинен аналізуватися з урахуванням специфіки системи знань певної історичної епохи, яка змінюється із часом і відповідно тягне за собою зміни аксіологічної (ціннісної) системи суспільства та індивіда зокрема; наприклад, оцінка сучасним дослідником соціально-політичних змін в українському суспільстві, які стимулювалися у 1554 році рішенням гетьмана Б. Хмельницького про об'єднання України і Росії, не може бути об'єктивною, якщо здійснюватиметься з урахуванням сучасних стосунків між двома сусідніми державами, напружених агресивними діями Росії;

6) останній пункт передбачає два аспекти аналізу епістем:

- перший аспект: епістема може бути *соціумною* (система знань певної епохи, що притаманна всьому суспільству);

- другий аспект: епістема може бути *індивідною* (система знань певної історичної епохи, що притаманна лише окремим індивідам);

7) у різні історичні епохи функціонують різні системи знань, різні системи оцінок, які мотивують інмутацію з позицій ефектів відтяжки і рекурсії (терміни Д. Борисенка) [1];

8) суть, у нашому тлумаченні, прояву *ефекту відтяжки* впродовж трьох етапів інмутації полягає в тому, що трансформація, руйнування і знищення відбуваються не миттєво, не одразу, а з відтягуванням у часі: реакція суспільства на зміни відбувається поволі, а можливо, і взагалі через деякий час;

9) суть *ефекту рекурсивності*, у нашому баченні, полягає в тому, що розрахунок сили впливу, який тягне певні негативні зміни, слід здійснювати від того показника, який на даний момент аналізу є фіксованим; будь-які інмутаційні зміни слід вимірювати, починаючи з нуля як точки відліку у кожний певний період, час розвитку/занепаду, оскільки абсолютний нуль має властивість пересуватися разом із системою координат – системою знань певної історичної епохи.

Метою дослідження ми обрали ідентифікацію й опис ознак інмутації масової комунікації та ознак фахової інмутації журналістів.

Об'єктом дослідження було визначено інмутацію масової комунікації, **предметом** – ознаки фахової інмутації журналістів у межах інмутації масової комунікації.

Методи вивчення проблеми були визначені з урахуванням двох таких груп: емпіричні методи й теоретичні методи. Серед емпіричних методів ми звернулися до спостереження, яке дозволило нам завдяки визначеним заздалегідь критеріям зафіксувати особливості інмутації масової комунікації та особливості фахової інмутації журналістів. Для деталізації фіксування ми звернулися до методу опису. Серед методів теоретичного дослідження ми послуговувалися формалізацією як засобом побудови абстрактних моделей, що спрямовані на розкриття суті інмутації масової комунікації. Ми звернулися також до гіпотетико-дедуктивного методу, який дозволив нам висунути гіпотезу щодо формування інмута-

ційних процесів у масовій комунікації і процесі фахової інмутації журналістів та довести гіпотезу дедуктивним методом.

Хід дослідження

За словами Г.Г. Почепцова, “виникнення системи масових комунікацій є результатом виникнення масового суспільства і масової людини” [4]. Звідси, оскільки інмутації підлягає масове суспільство, такої ж участі підлягає й масова комунікація. Значить, масова комунікація інмутує.

Пропонуємо розрізнявати такі види інмутації масової комунікації:

- 1) інмутація масової комунікації (суто інмутація),
- 2) інмутація під впливом масової комунікації (інмутація суспільства).

Інмутація масової комунікації, або суто інмутація, – це процес формування негативних установок, аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки осіб, що причетні до виробництва продукції масової комунікації, з одного боку, і сукупність чинників, що ведуть до зміни на гірше методів, прийомів, форм, каналів, засобів, технологій, технічного обладнання масової комунікації, з іншого боку.

Інмутацією під впливом масової комунікації (або інмутацією суспільства) слід називати зміну поведінки на гірше тієї маси людей (аудиторії), яка безпосередньо чи опосередковано пов’язана із сприйняттям продукції або її обговоренням і оцінкою; процес зміни на гірше аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки учасників масової комунікації під впливом її продукції.

Отже, головною рисою, яка відрізняє інмутацію масової комунікації від інмутації під впливом масової комунікації є те, що, аналізуючи першу, ми звертаємося тільки до процесів виробництва продукції масової комунікації. Піддаючи аналізу другу (інмутацію під впливом масової комунікації), ми звертаємось до процесів сприйняття, рефлексії, обговорення й оцінки згаданої продукції.

Оскільки інмутація масової комунікації стосується тільки тих, хто причетний до виробництва продукції масової комунікації, є необхідність деталізувати деякі поняття.

Далі ми аналізуємо специфіку двох груп інмутації масової комунікації, а саме:

- 1) тих, хто причетні до виробництва масової комунікації;
- 2) того, що є сукупністю технологічних і технічних чинників.

Аналізуючи тих, хто причетні до виробництва масової комунікації (перша група), ми звертаємо увагу на негативні:

- установки,
- аксіологічні системи,
- моделі поведінки.

При аналізі того, що є сукупністю технологічних і технічних чинників інмутації масової комунікації (друга група), ми звертаємося до негативних:

- методів,

- прийомів,
- форм,
- технологій,
- каналів,
- засобів,
- технічного обладнання.

Перша група інмутації масової комунікації включає установки.

Зважаючи на врахування “до свідомого” характеру установки, наприклад, під час створення продукції масової комунікації, ми змушені погодитися з думкою про несвідомий складник в структурі установки. Як повідомляє М.А. Сакварелідзе, “є форми психічної активності, які можуть протікати і носити спрямований характер без участі свідомості, і є форми психічної активності, які вимагають активної участі свідомості», – і додає: «проте немає таких форм психічної активності, які можуть здійснюватися окрім участі несвідомої, а саме: окрім попереднього, до-свідомого віддзеркалення об’єкту” [5, с. 70]. Виходячи з досліджень грузинської школи установки, ми стверджуємо, що процеси установки активно “діють” в інмутації масової комунікації. Доведенням наших думок є декілька прикладів, які подаємо далі.

Аналізуючи тих, хто причетні до виробництва масової комунікації (перша група), ми звертаємось до їхніх аксіологічних систем. Згаданий термін може інакше формулюватися, наприклад, “система цінностей”, “аксіологія”.

Аналізуючи інмутаційні процеси масової комунікації, або тих, хто причетні до виробництва масової комунікації (перша група), ми змушені визначитися з позицією, до якої варто пристати і яка найбільше відповідає об’єктивному вивченню явища.

На наш погляд, об’єктивним слід вважати соціологістичний (М. Вебер і Т. Парсонс) підхід до визначення аксіологічної (ціннісної) системи тих, хто причетний до виробництва масової комунікації. Нагадаємо, що згідно із згаданим підходом досвід соціальних взаємин визначає систему цінностей індивідів, які комунікують.

Ті, хто причетні до виробництва продуктів масової комунікації, мають дві групи цінностей, серед яких:

- 1) професійні цінності,
- 2) загальножиттєві цінності.

Серед основних, на нашу думку, *професійних цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, є такі:

- 1) *сенсація* (пріоритет сенсаційної інформації),
- 2) *гонорар* (оплата за журналістський продукт),
- 3) *егоїзм* (пріоритет егоїстичних оцінок, орієнтованих на власну систему цінностей),
- 4) *керівник* (орієнтація на вказівки власників та редакторів),

5) *журналістські принципи* (чесність, правдивість, об'єктивність, незаангажованість),

6) *кар'єризм* (перспектива подальшого професійного і службового росту),

7) *свобода слова* (можливість висловлюватися згідно з власними поглядами),

8) *гарне технічне обладнання, необхідне для здійснення професійних обов'язків* (комп'ютер, фотоапарат, кінокамера, мікрофон).

Виходячи з положень соціологістичного підходу, визначимо характерні *ознаки інмутації професійних цінностей* тих, хто причетний до масової комунікації. До таких ми відносимо:

- *“сенсаційний постріл”* (бажання будь-якою ціною дістати «вибухову» для суспільства інформацію, зробити її публічною, вказати власне ім'я і свою пряму причетність до “здобування” інформації; очікувати й отримати службові, професійні пільги, похвалу, честь, славу),

- *оплата* за журналістську діяльність *повинна бути високою* (неважливо, що вона може не відповідати реальній праці);

- *власні егоїстичні позиції* мають пріоритет і *не можуть бути піддані сумніву або критиці колег, керівників тощо*;

- *прагматична орієнтація* на вказівки власників та редакторів у тому випадку, якщо така підлеглисть буде винагороджена у подальшому в будь-якій формі, вигідній для того, хто причетний до виробництва масової комунікації;

- при відсутності достойної, на думку виробника продукції масової комунікації, оплати за працю *нехтування журналістськими принципами* (чесність, правдивість, об'єктивність, незаангажованість);

- *просування на верх службовими «сходинками» за рахунок симпатій, знайомств, протезе, родинних чи інтимних стосунків*;

- *переконавання в тому, що свобода слова – це можливість безвідповідально і неетично висловлювати власну точку зору*;

- *впевненість у тому, що гарне технічне обладнання, необхідне для здійснення професійних обов'язків* (комп'ютер, фотоапарат, кінокамера, мікрофон) – це «ключ» і панацея для підготовки якісного продукту масової комунікації.

На наш погляд, до *загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, варто назвати такі:

1) *життя*,

2) *вітальна* (життєва або екзистенційна) *безпека*,

3) *власні діти*,

4) *харчування і відпочинок*,

5) *гроші*,

6) *творча самореалізація*,

7) *сексуальна задоволеність*,

- 8) *безконфліктність*,
- 9) *мати, батько; сестри, брати;*
- 10) *вільний вибір*.

Процес інмутації загальножиттєвих цінностей тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, відбувається непомітно.

Не примножуючи приклади, пропонуємо виокремити *ознаки інмутації загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації.

Інмутація *життя* відбувається через ставлення до нього як до засобу реалізації творчого задуму, а не як до найвищої цінності людства; звідси життя перестає бути цінністю як такою: воно може лише “служити” працівникові масової комунікації.

Така цінність як *“вітальна (життєва або екзистенційна) безпека”* інмує через втрату відчуття страху перед небезпекою позбутися як самого життя, так і засобів для існування (води, їжі, сну, здоров’я), а також через втрату квартири, можливості бути вільним (пересуватися і приймати рішення самостійно, не залежати від когось і чогось).

Цінність *“власні діти”* також підлягає інмутації у тих, хто причетний до виробництва масової комунікації. Інтереси і потреби дітей перестають згодом бути головними. Замість виконання обіцянки приділити синові, наприклад, восьми років увагу і піти з дитиною до зоопарку або до кінотеатру дорослий сідає у неділю за комп’ютер і працює до пізнього вечора. Дитина звертається декілька разів до батька, але чує лише: “Зараз-зараз, синку. Я тільки закінчу і ми підемо”.

Вітальні цінності *“харчування і відпочинок”* тих, хто причетний до продукту масової комунікації постійно інмує.

Харчування один раз на день (бутерброд або пиріжок) і 6-8 чашок неякісної кави, 15-20 цигарок на день, випалені “зі смаком” як додаток до професійного спілкування під час підготовки сюжетів до ефіру або публікації на час здавання випуску, номера, газети (журналу, передачі) до типографії або до ефіру – результат нехтування цінністю “харчування”. Інмутації підлягає й цінність “відпочинок”. Навіть вирвавшись у відпустку один раз за три роки, той, хто причетний до продукту масової комунікації, обов’язково знайде цікавий (а краще, сенсаційний) сюжет або тему для майбутньої публікації.

До загальножиттєвих цінностей тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, слід назвати й *“гроші”*. Наприклад, редактор столичної відомої газети, кожний день працюючи над втіленням політики видання в життя, стабільно отримує від власника високу зарплату.

Одного разу успішному редакторові пропонують суму, яка перевищує його річний дохід двічі. Такою сумою добріді пропонують покрити послугу редактора: публікувати з інтервалом у тиждень упродовж місяця перед виборами сенсаційний матеріал про одного з кандидатів на посаду мера столиці. Редактор розуміє, що така послуга може коштувати

йому не тільки посади, але й подальшої професійної «дискваліфікації», презирства і, нарешті, забуття. Редактор вагається. Радиться з друзями, дружиною. Всі відмовляють редактора. Той не погоджується на грошову пропозицію. Рішення редактора залишається непохитним: він відмовляється від пропозиції. Честь і совість редактора залишаються чистими, але двічі-тричі на рік темними ночами він згадує пропозицію і бавиться думкою про те, як би він відкрив власну незалежну від усіх газету й друкував би там всі матеріали, які б захотів. Інмутацією цінності «гроші» слід вважати у нашому прикладі не самі гроші (їхню велику суму), а те, що пропозиція, попри те, що вона була відхилена, зіпсувала хід думок редактора, змінила його погляд на реальні речі, процеси, події й оцінки.

“*Творча самореалізація*” вважається також загальножиттєвою цінністю тих, хто причетний до виробництва масової комунікації. Згадана цінність підлягає інмутації найшвидше за всі відомі нам. Сутність інмутації творчої реалізації як загальножиттєвої цінності полягає в тому, що ті, хто причетний до виробництва масової комунікації, поступово перетворюють творчість на процес не нових й оригінальних проєктів впливу на масову свідомість, а “творять” за штампом, повторюючи однакові й вже нецікаві прийоми і форми подавання інформації.

До *загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, слід віднести й *сексуальну задоволеність*. Нині у світі розповсюджені три, якнайменше, позиції щодо того, що таке сексуальна задоволеність.

Сексуальна задоволеність тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, нами розглядається як позитивна (мутаційна) сутність. Порушення сексуальної задоволеності, або наявність сексуальної незадоволеності тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, ми кваліфікуємо як негативну (інмутаційну) сутність. На жаль, ми змушені констатувати, що за даними сексологів (наприклад, К. Імелінського [3], З. Старовича [6]) та фахівців із соціальних комунікацій (наприклад, О. Холода [7, с. 115-393; 8]) порушення сексуальної діяльності будь-якої людини відбивається на її професійній діяльності.

Достатньо важливою загальножиттєвою цінністю тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, є *безконфліктність*. Останню ми тлумачимо як відсутність конфліктних ситуацій і конфліктів у працівника масової комунікації. Причому слід зауважити, що розрізняючи конфліктні ситуації і конфлікти, ми також диференціюємо й на дві великі групи таку загальножиттєву цінність, як безконфліктність працівників масової комунікації, і вважаємо, що слід виокремлювати:

1) *безконфліктність міжособистісну* (коли працівники масової комунікації не мають конфліктів і конфліктних ситуацій у спілкуванні між собою);

2) *безконфліктність об'єктну* (коли працівники масової комунікації не створюють своєю творчістю конфліктів і конфліктних ситуацій через створений продукт).

Важливими *загальножиттєвими цінностями* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, є мати, батько, сестри, брати. На жаль, згадані цінності виробників масової комунікації також піддаються інмутації.

Гіпертрофоване почуття батьківської любові до сина або доньки, які виробляють продукт масової комунікації, тягне за собою підвищений контроль за вчинками та рішеннями любих дітей.

Соціально зрілу особистість виробника продукту масової комунікації таке дбайливе ставлення батьків до себе дратує, виводить із себе. Якщо піклування батьків фіксується впродовж усього життя, психіка спочатку дитини, потім юнака або дівчини потихеньку руйнується, інмує.

Повертаючись до таких *загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, як мати, батько, сестри і брати, разом із випадками гіпертрофованої любові до дітей від батьків, ми змушені констатувати і другий бік соціального явища інмутації згаданих цінностей. Мова йде про зворотний процес – батьківської нелюбові до власних дітей.

Наступною загальножиттєвою цінністю того, хто причетний до виробництва продукту засобів масової інформації, є *вільний вибір*.

Вибором слід вважати «стадію волі, що має на увазі селекцію однієї з двох або більше альтернатив, інколи після періоду обмірковування» [2]. Вільним ми називаємо непримусовий вибір, або той, який не залежить від волі іншої людини, власний вибір.

Отже, ознаки інмутації у поведінці того, хто причетний до виробництва продуктів засобів масової інформації, при відсутності вільного вибору є очевидними, що ми й прагнули довести.

Висновки

Нами аналізовано специфіку двох груп інмутації масової комунікації: 1) тих, хто причетні до виробництва масової комунікації, і 2) того, що є сукупністю технологічних і технічних чинників. Як результат такого аналізу ми набули право стверджувати, що:

1) інмутація тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, базується на соціальній корозії стрижневих сутностей аксіологічної шкали особистості;

2) сукупність технологічних і технічних чинників є лише наслідком соціальної корозії (інмутації) суспільства.

Література

1. Борисенко Д.О. Нотатки до критики й апологетики теорії інмутації суспільства / Д.О. Борисенко // Теорія інмутації суспільства: pro et contra: кол. монографія [за ред. О.М. Холода; автори: Борисенко Д.О., Васишин Р.Я., Дзенник С.В. та ін.]. – К.: КиМУ, 2011. – С. 229-231.

2. Вибір [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/ Вибір](http://uk.wikipedia.org/wiki/Вибір) (дата звернення: 13.01.2016). – Назва з екрану.
3. Имелинский К. Сексология и сексопатология / К. Имелинский [пер. с польск.]. – М.: Медицина, 1986. – 424 с.
4. Почепцов Г. Теорія комунікації / Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – С. 31-34.
5. Сакварелидзе М.А. Проблема бессознательного на международном симпозиуме «Бессознательное» / М.А. Сакварелидзе // Бессознательное: природа, функции, методы исследования / А.С. Прангишвили, А.Е. Шерозия, Ф.В. Бассин и др. – В 5 т. – Тбилиси: Мецниереба, 1978-1985. – Т.4: Сакварелидзе М.А. Проблема бессознательного на международном симпозиуме "Бессознательное" / М.А. Сакварелидзе. – 1985. – С. 70.
6. Старович З. Судебная сексология / З. Старович. – М.: Юридическая литература, 1991.
7. Холод О.М. Зібрання наукових праць: У 10 т. / О.М. Холод. – Кривий Ріг, 2008 – Т.1: Психолінгвістика статі: монографія. – Розд. 2: Мовленнєві картини світу чоловіків та жінок: монографія. – 2008. – С. 115-395.
8. Холод О.М. Теорія інмутації суспільства / О.М. Холод // Засоби масової комунікації: формування інформаційного суспільства: монографія. – К.: КиМУ, 2010. – С. 89.

Стаття надійшла до редакційної колегії 15.03.2018 р.

*Рекомендовано до друку д.ф.н., професором **Потятиником Б. В.***

PROFESSIONAL INMUTATION OF JOURNALISTS: SPECIFICATION IDENTIFICATION

A. M. Kholod

*Vasyl Stefanyk Precarpathian National University;
Department of Journalism;
76018, Ivano-Frankivsk, Shevchenko St., 57*

The article analyzes inmutation media and professional inmutation journalists. The problem is ignorance signs inmutation as mass communication and signs inmutation professional journalists.

The aim of the study we chose identification and description of the signs inmutation mass communication and signs inmutation professional journalists.

Research methodology we selected empirical and theoretical methods we applied to observation, which allowed us to advance due to certain features inmutation fix criteria of mass communication and features inmutation professional journalists. For the detail we asked the fixing method description. Among the methods of theoretical research we used formalization

as a means of constructing abstract models aimed at the disclosure inmutation mass communication. We also touched upon the hypothetical-deductive method, which has allowed us to hypothesize about inmutation formation processes in mass communication and the process of professional journalists and inmutation prove the hypothesis deductive method.

In the conclusion we came to a finding that the analysis of the specific two groups inmutation mass communication (those involved in the production of mass communication and that is a set of technical and technological factors) has given us the right to say that: inmutation those involved in the production mass communication, based on the social corrosion of core entities axiological scale of the individual; a set of technical and technological factors are simply the result of social corrosion (inmutation) society.

Key words: *inmutation, mass communication, professional inmutation journalists.*