

УДК 340.12:(007:316.42)(477)

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

Антошина І.В., к. ю. н.,
асистент кафедри загальнотеоретичної юриспруденції
Національний університет «Одеська юридична академія»

У статті йдеться про необхідність формування інформаційної влади в Україні. Функціонування інформаційного суспільства істотним чином змінює правову систему, впливає на здійснення принципу верховенства права, забезпечення прав людини. Показано, що інформаційна влада діє силою авторитету, є неймовірно потужною та достатньо поширює свій вплив на широкі маси, її волевиявлення не має конкретних адресатів та виступає специфічною владою. Проаналізовано ЗМІ як інструмент, який впливає на настрої, думки, а в результаті і на дії, формує подальшу поведінку особистості та суспільства у цілому.

Ключові слова: *правова система, інформація, інформаційне суспільство, влада, інформаційна влада, ЗМІ, Інтернет, інформаційний простір.*

В статті речь идет о необходимости формирования информационной власти в Украине. Функционирование информационного общества существенно изменяет правовую систему, влияет на осуществление принципа верховенства права, обеспечение прав человека. Показано, что информационная власть действует силой авторитета, является невероятно мощной и достаточно распространяет свое влияние на широкие массы, ее волеизъявление не имеет конкретных адресатов и выступает специфической властью. Проанализированы СМИ как инструмент, который влияет на дальнейшее поведение личности и общества в целом.

Ключевые слова: *правовая система, информация, информационное общество, власть, информационная власть, СМИ, Интернет, информационное пространство.*

Antoshina I.V. ON THE NEED FOR THE FORMATION OF THE INFORMATION POWER IN UKRAINE

The article deals with the need for the formation of the information power in Ukraine. The existence of an information society significantly changes the legal system, influence to the implementation of the rule of law, ensuring human rights. It is shown that the information power acts by force of authority, it has very powerful and sufficiently spread its influence on the broad masses, its will does not have specific addresses and acts as a specific power. Analyzed mass media as an instrument, that influence to the further behavior of the individual and society.

Key words: *legal system, information, information society, power, information power, mass media, Internet, information space.*

Інформація відіграє вирішальну роль в організації влади у сучасному суспільстві та є показником соціальної активності особистості, її професіоналізму. Вона є засобом, який забезпечує можливість адаптації людини і суспільства до умов існування, засобом накопичення знань про довкілля, на підставі яких кожна людина вибирає для себе певну лінію поведінки, задовольняє свої потреби та реалізує свої інтереси [1, с. 1–2].

Існування державної влади нині неможливо без використання інформаційних технологій, наочно демонструє глобальне зростання інформаційного обміну, значимості інформації в суспільстві. Неможливо не погодитись з тим, що інформація нині виступає першоосновою світу: «У суспільстві циркулює велика кількість інформації, яка заволоділа свідомістю, поведінкою людей; вона скрізь і всюди, всередині нас, між нами та навколо нас» [2, с. 14].

Інформація є стратегічним ресурсом індивіда та суспільства, визначає рівень розвитку держави, її економічний і культурний потенціал. В умовах сучасної України інформація стає формою життя та методом існування людини, її основним призначенням є задоволення потреб людини, суспільства і держави. Формою буття інформації є постійна її циркуляція в соціальному середовищі, вона

задовольняє потреби людей у спілкуванні та взаємодії, формує інформаційний простір, розглядається як стратегічний ресурс і складає фундаментальну залежність життєдіяльності особистості, суспільства і держави від якості цього стратегічного ресурсу [3 с. 30].

Інформація є не тільки найважливішим засобом орієнтування людини в навколишньому світі, але й засобом самоврегулювання її поведінки. Еволюція людської діяльності, яка пов'язана з інформацією, привела до масштабного використання комп'ютерів і телекомунікацій у всіх сферах людського буття, зокрема в правовій сфері.

На думку Е. Тоффлера, «тепер фактори влади – як раніше, насилля та багатство, але основним стає знання, бо воно лежить в основі сучасного розуміння сили та багатства». У ХХІ ст. знання та інформація стають найважливішим та найпотужнішим ресурсом влади, визначальним фактором розвитку економічної, творчої, наукової сфери людської діяльності [4, с. 113; 5, с. 84].

Перехід від індустріального до інформаційного суспільства є нагальною потребою нашого часу і зачіпає всі держави, де Україна не є винятком. Перехід до інформаційної цивілізації перетворює інформаційний ресурс на стратегічний чинник будь-якої країни [6, с. 3; 7, с. 4–6].



Побудова правової держави, розвиток громадянського суспільства, політичний плюралізм, пов'язані з інформацією, необхідність задоволення якої і зумовлює особливу роль ЗМІ у житті сучасного суспільства.

Функціонування інформаційного суспільства істотним чином змінюють правову систему, впливають на здійснення принципу верховенства права забезпечення прав людини. При цьому право на доступ до інформації стає одним із невід'ємних прав людини і громадянина.

У цілому зростання значущості інформації в житті кожної людини отримує своє відображення в правах і свободах людини та громадянина. Право громадян України на інформацію набуває важливого значення і не випадково Конституція України закріпила право людини на свободу інформації, де ст. 34 гарантується кожному громадянину право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію.

Під впливом інформаційних технологій змінюються політико-правові інститути, політичні відносини, форми політичного та інформаційного впливу на суспільство та суспільну свідомість. Так, зауважимо, що своє «місце під сонцем» впевнено займає влада інформації.

Ми можемо констатувати, що нині вся сфера людської діяльності базується на владі інформації. Інформаційні та комунікаційні технології в сучасному глобалізованому світі, безперечно, сприяють економічному розвитку і зростанню матеріального добробуту людей та суспільства в цілому, виступають умовою влади, знань і творчості [8].

Всеосяжна інформатизація суспільства, широке впровадження нових інформаційних технологій (телебачення, комп'ютерних мереж, аудіо- та відеосистем, інтернет-телебачення, соціальних мереж) актуалізували дискусії про інформаційну владу. Тут можемо виділити декілька дефініцій поняття інформаційної влади. Інформаційна влада – по-перше, це влада якоїсь інформації (ідей), прийнятої до реалізації, а по-друге, влада людей, які втілюють інформацію (ідеї) в життя [9].

Також під інформаційною владою розумітимемо здатність власників інформації шляхом отримання, селекції, тлумачення, компонування та розповсюдження інформації впливати на формування суспільної свідомості, спонукати суб'єктів політики та економіки до дій у заданому напрямі. Інформаційна влада може реалізовуватися через спеціалізовані засоби передавання інформації, які забезпечують єдність волі, цілісність і цілеспрямованість дій великої кількості людей. Ці засоби (мас-медіа) масової комунікації є спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію. До них належать друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі – все, що може нагромаджувати й передавати важливу для суспільного життя інформацію [10].

Суть інформаційної влади зводиться до того, що створюється ідея, яка поширюється

за допомогою засобів масової інформації та міжособистісного спілкування. Коли люди починають адекватно сприймати інформацію, яка надходить, то ця інформація починає формувати алгоритм їхньої поведінки.

Своєю чергою мас-медіа виступають невід'ємним складником механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад. Саме ЗМК можуть допомогти індивіду вийти за межі його безпосереднього життєвого досвіду і включитися в політичну діяльність.

На наш погляд, доцільним є розподілення засобів передачі інформації на цифрові, до яких належать саме мас-медіа (телебачення, радіо, кіно, що займають перше місце за популярністю у суспільстві, та мають великий вплив на громадську думку та формування поведінки людей) та нецифрові – преса (газети, журнали тощо). Можна констатувати, що мас-медіа виступають основним носієм інформаційної влади.

На цьому фоні Інтернет виступає своєрідним майданчиком, який дозволяє зберігати необхідну інформацію. Однак, враховуючи глобальний інтерес суспільства до подібного виду спілкування та отримання різноманітної інформації, їх вплив не поступається офіційним та не є менш потужним у формуванні свідомості та лінії поведінки особистості та суспільства в цілому.

Засоби масової інформації охоплюють широкий спектр суспільства, забезпечують розширену форму людської комунікації, є основним діючим каналом його інформування та виступають одним зі складників інформаційного простору України. Можна констатувати, що з розвитком інформаційного суспільства комунікація і справді стає масовою. Так, не для кого не є несподіванкою, що засоби масової інформації називають «четвертою владою». Роль ЗМІ на сучасному етапі розвитку суспільства насправді є вражаючою, більшість інформації про навколишній світ, про явища, події, що відбуваються в навколишньому середовищі, ми дізнаємося саме від засобів масової інформації. ЗМІ не лише інформують, повідомляють новини, але й пропагують окремі ідеї, погляди, вчення, політичні програми і тим беруть участь у соціальному керуванні, формуванні свідомості кожної людини та суспільства в цілому. Шляхом формування громадської думки, переконань, розроблення певних соціальних установок ЗМІ спрямовують діяльність людини у відповідну течію. Уся робота ЗМІ безпосередньо спрямована на виконання функції сприяння повної та різнобічної соціальної орієнтації широких мас населення.

Оскільки головне завдання влади – підпорядкування людей своїй волі, а ЗМІ мають досить потужні можливості впливу на їх свідомість та поведінку, все це дає достатні підстави розглядати ЗМІ саме як інформаційну владу. Сутність інформаційної влади полягає у корекції мислення або впровадженні нових смислів у старі ідеї та їх популяризація. Механізмом впливу є подача інформації та створення порядку денного відповідно до бачення медіа-груп або окремих персон, посилюючи

їх власне становище. Нині ЗМІ постають одним з основних творців суспільної свідомості, є безпосереднім творцем формування погляду активного громадянина.

Натепер ЗМІ не тільки збирають і поширюють інформацію, але і стають самі виробником, контролером і володарем інформації. Для цього ЗМІ мають могутні кадри, формують інформацію за своїми правилами, надають інформації вигляд, який відповідає їхнім інтересам [11, с. 594].

Роль телебачення стала такою великою та глибинною, що деякі політичні діячі вважають, що той, хто контролює телебачення, може контролювати і всю країну. Так, неможливо не погодитись з висловлюванням відомого юриста Р. Ніксона: «Телебачення в його нинішній формі є опіумом для народу». І нині це висловлювання є дуже актуальним та виступає незаперечним фактом.

Більше того, у сучасному світі, де інформація постає як основна цінність, питання про інформаційну владу в соціально-політичній структурі суспільства є наріжним як для теоретиків – політологів, соціологів, правознавців, психологів, так і для практиків – політиків, журналістів [12, с. 115].

Однак необхідно зауважити, що ЗМІ, як би їх не відносили до четвертої гілки влади, по-справжньому не були і не є владою, яку ми сприймаємо в її класичному визначенні. Так, влада – це можливість і здатність нав'язати свою волю, впливати на діяльність і поведінку інших людей, навіть всупереч їх опору. Якщо зазирнути у сутність самої влади, вона несе в собі підкорення одного суб'єкта іншому або одних суб'єктів іншими суб'єктами. Так, якщо ми звернемося до законодавчої, виконавчої, судової гілок влади, то вони можуть використовувати як засоби примусу, так і засоби заохочення до виконання владних вимог. Що стосується безпосередньо інформаційної влади саме в цьому разі, то вона не має встановленого законного права насильно примушувати до вчинення будь-якої дії. Інформаційна влада володіє лише переконливістю, привабливістю, щирістю та актуальністю аргументації, яка, своєю чергою, повертає на їх бік широкі маси прихильників та послідовників.

З іншого боку, інформаційна влада має широкий вплив на формування поведінки особистості та суспільства в цілому, вмilo маніпулює свідомістю людей за допомогою цілеспрямованого впливу інформації або блокування певних відомостей, пропагандистських та агітаційних матеріалів, інформації, які і не сприймаються нами як примус.

Дія влади має адресний характер, тобто спрямована на все населення чи до певних верств, або до осіб, які безпосередньо беруть участь у конкретній справі. Якщо ми знову ж таки звернемося до інформаційної влади, то ми явно можемо спостерігати, що її волевиявлення не має конкретних адресатів. Масштаб і активність громадського відгуку залежить від переконливості, доказовості, правильної подачі, привабливості інформації.

Так, можна зробити висновок, якщо традиційно влада діє за допомогою авторитету сили, то, безсумнівно, інформаційна влада

діє силою авторитету. Тобто інформаційна влада одночасно виступає як специфічна влада. У сучасному світі в інформаційної влади немає інших засобів впливу, крім комунікативних. Однак можна констатувати, що нині саме сила авторитету, згідно з якою діють ЗМІ, є неймовірно потужною, вона поширює свій вплив на широкі маси. ЗМІ є інструментом, який впливає на настрої, думки, а в результаті і на дії, формує подальшу поведінку особистості та суспільства в цілому.

У загальному вигляді влада передбачає наявність не менше двох учасників владних відносин: суб'єкта влади, той, хто здійснює владу, та об'єкта влади, тобто той, до кого застосовують владу. Не менш важливими також виступають джерела та засоби, за допомогою яких здійснюють владу; мета, заради якої владу застосовують. Суб'єктами влади можуть бути окремі люди або групи людей (колективи та спільноти), які становлять меншість у суспільстві. Об'єктами влади можуть бути окремі люди чи колективи людей, що складають абсолютну більшість. У повсякденному мовленні часто говорять, що одна особа має владу над іншою навіть тоді, коли маємо справу з впливом на поведінку.

Що стосується суб'єктів інформаційної влади, то ними і основними її носіями у сучасному суспільстві є інформаційні інститути: ЗМІ, інформаційні та рекламні агентства, наукові та науково-освітні установи. Найбільш масовий та вагомий вплив мають Інтернет, аудіовізуальні ЗМІ, телебачення, радіо.

Розглядаючи питання функціонування державної влади, зазначимо, що виконавча та судова влада є обмеженою, на відміну від цих гілок державної влади інформаційна влада на шляху свого впливу на свідомість та волю людей, є необмеженою.

Зараз інформаційне суспільство створює інформаційний простір, який являє собою соціальне середовище, у якому здійснюється виробництво, збирання, зберігання, поширення і використання інформації. Інформаційний простір використовується як інструментарій для вирішення соціальних, політичних економічних чи військових завдань, де головну роль відіграють саме засоби масової інформації. Однак варто зазначити, що саме відповідальність за якість інформаційного простору України лежить на кожному його учаснику – і на політиках, і на журналістах, і на суспільстві як споживачеві інформаційного продукту.

Так, нині однією з проблем функціонування інформаційної влади є несформованість єдиного українського інформаційного простору. Інформаційний простір, де панує інформація, на наш погляд, не має чітко встановлених кордонів, що, своєю чергою, робить інформацію та її вплив на широкі маси населення необмеженим.

Тут постає одне досить вагоме питання стосовно обмеження інформаційної влади, тобто ці межі мають бути безпосередньо передбачені Конституцією України. Так, можна наполягати на тому, щоб усе-таки інформаційна влада, яка має місце та глобальний вплив на населення в Україні і за її межами, мала своє конституційне оформлення.



Варто акцентувати увагу, що в останнє десятиріччя спостерігається стрімке зростання політичного впливу інформаційної влади, на нашу думку, її значення, роль та місце навряд чи можна переоцінити. Свобода висловлювань та інформації на основі верховенства права і поваги до прав людини є основними постулатами побудов громадянського суспільства, утвердженню справжньої демократії. Тому, без сумніву, межі існування інформаційної влади мають бути узгоджені з правами та свободами людини. Що саме це означає? Тут мається багато протиріч стосовно цілей та впливу інформації на свідомість людини та суспільства в цілому. Так, коли є бажання зацікавленої сторони посіяти якісь неправдиві, вигідні образи, стосовно, наприклад, конкретної людини, починають ефективно їх просувати у маси. Ця інформація йде величезними потоками, вона не відповідає дійсності, але вона комусь потрібна, щоб у людей сформувалася певний образ, що насправді і відбувається нині. Отже, зараз ми спостерігаємо певне маніпулювання суспільною думкою громадськості та формування передумов для унеможливлення вироблення самостійного бачення та формування власної думки щодо тих чи інших подій та людей. Ні для кого не є таємницею, що люди, які мають пряме відношення до влади, стають власниками каналів. Форма власності ЗМІ перестала бути основною підставою незалежності від влади. Можна констатувати, що той чи інший телеканал, преса (газета) починають обслуговувати владу та просувати в маси образи, які на даний момент є для когось вигідними, залежно від того, кому вони належить.

Не виключено, що, з одного боку, певні ЗМІ спрямовані на лобювання інтересів власників каналів, а з іншого, сіяння в свідомості людей певних образів своїх конкурентів (противників). Потужні мас-медіа фактично перебувають у руках олігархічних кланів, що дає останнім можливість маніпулювати думками людей у власних інтересах. Комерційні й політичні чинники є причиною випадкових, неповних, часткових транзакцій і їх змістів, і в підсумку створюється фрагментована, неадекватна, викривлена інформаційна модель світу. Це виступає основним чинником, який утруднює людині можливість відтворити реальний світ та викривляє інформаційний простір, з метою вплинути на суспільні процеси у власних інтересах [3, с.32–33].

Нині у боротьбі за державну владу використовують різноманітні способи управління свідомістю людини, нав'язування їй ідей, які не відповідають дійсності. Так, застосовуючи сучасну техніку програмісти можуть на свій розсуд примушувати образи людей здійснювати на екрані будь-які дії, формуючи при цьому у глядача відчуття реальності подій. Тобто створення віртуальної реальності може використовуватись задля дезінформації людей та управління їх поведінкою [13, с. 328].

Як відомо, засоби масової комунікації активно використовуються також державною владою для політичного маніпулювання, що безпосередньо пов'язано із підтасовуванням фактів, замовченням інформації, поширенням брехні, застосуванням прийомів напівправди, фрагментації в потрібному контексті ін-

формації, навішенням ярликів. Незаперечним є і факт, що формування поведінки людини та суспільство в цілому безпосередньо залежить від мас-медіа.

Невід'ємною ознакою України є забезпечення свободи слова, свободи інформаційної сфери, право на висловлення думки і позиції громадянина, право на отримання і поширення інформації без перешкод. Свобода слова є підґрунтям, на якому будується подальше існування нашої держави, та виступає однією з найістотніших демократичних норм конституційного ладу. Отже, якщо ми говоримо про справжню свободу, то вона має починатися з відповідального та поважного ставлення саме до цього слова, пов'язаного з інформаційною владою. Нині необхідно спрямувати всі зусилля на те, щоб у суспільстві панувала свобода не просто слова, а правдивого слова, без будь-яких перекохань, без вигідної для будь-кого позиції у донесенні інформації. Зараз необхідно взяти курс на чистоту та екологію ЗМІ. Медіа мають навчитися оволодівати перевірною, достовірною, актуальною інформацією. Мають бути створені такі організаційні, правові умови, за яких інформаційна влада буде ефективно виконувати функцію інформування населення. Та, насамперед, першоосновою мають бути передбачені конституційні обмеження дії інформаційної влади. Тільки тоді ми можемо говорити про якісне та повноправне панування справжньої інформаційної влади в сучасній Україні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Соснін О. Проблеми правового регулювання інформаційної політики в Україні. Віче. 2008. № 20(233). С. 22–26.
2. Юзвизин І.І. Информациология. М.: Информациология, 1996. 220 с.
3. Ярох А.І. Інформаційний простір та засоби масової інформації: концептуальна модель. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2011. № 968. Сер.: «Соціальні комунікації». Вип. 3. С. 30–34
4. Е. Тоффлер Проблеми влади на порозі ХХІ століття. Свободная мысль, 1992. № 2. С.113–120.
5. Колодій І. Поняття та зміст інформації: соціальні та правові аспекти. Підприємство, господарство і право. 2007. № 1(133). С. 83–86.
6. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні / за заг. ред. Ю.С. Шемшученка, І.С. Чижка. К.: Юрид. думка, 2006. 384 с.
7. Беляков К.І. Інформаційно-правові дослідження, становлення та перспективи розвитку. Інформація і право: наук. журн. 2011. № 2. С. 4–12.
8. Кастельс М. Информационные технологии, глобализация и социальное развитие; пер. з англ. Т. Мосенцевой (по тексту: Manuel Castells. Information Technology, Globalization and Social Development. UNRISD Discussion Paper. 1999. № 114, September.
9. Ржевська Н.Ф. Політична влада та інформація, місце інформаційної влади у інформаційному суспільстві. URL: jml.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/2950
10. Бебик В.М. Політологія для політика і громадянина: монографія. К.: МАУП, 2003. 424 с: URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-3665.html>
11. Зиновьев А.А. На пути к сверхобществу. М.: ЗАО Изд-во Центрополиграф, 2000. 648 с.
12. Турченко Ю. ЗМІ як впливовий чинник реалізації політичного процесу Громадське суспільство. Політичний менеджмент. № 4. 2009. С. 115–118.
13. Карашук М. Інформаційна влада: сутність та особливості впливу. Наукові записки. Вип. 3 (59) С. 324–335.