

СУТНІСТЬ І ЕЛЕМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ У ГАЛУЗІ РЕКЛАМИ

Петро Остапишин

*Львівська філія Київського національного університету
культури і мистецтв,
вул. Кушевича, 5, 79019, Львів, Україна,
petroostapyshyn@gmail.com*

Розглянуто сутність безпеки інформаційних відносин в галузі реклами, що полягають в забезпеченні функціонування рекламної діяльності через прийняття уповноваженими органами державної влади комплексу нормативно-правових актів.

Ключові слова: ЗМІ, інформаційний простір, безпека інформаційних відносин, правовий вплив, рекламна інформація.

Сучасний стан суспільного розвитку нерідко характеризують як етап формування інформаційного суспільства. Перехід до інформаційної цивілізації перетворює інформаційний ресурс на стратегічний чинник будь-якої країни. Це також стосується і України. Її інформаційна структура перебуває в процесі становлення і розвитку. Вона підпорядкована основному завданню – отриманню і доведенню до споживача інформаційних послуг та продуктів, зокрема в тому числі і рекламної інформації, через засоби розповсюдження інформації (ЗМІ, телебачення, радіо, інформаційні та рекламні агентства та ін.).

У житті сучасного суспільства і його найбільш важливого інструмента – держави – інформація відіграє важливу, а останнім часом навіть центральну роль, внаслідок чого школа західних суспільствознавців стверджує, що в розвинених країнах сьогодні відбувається процес зміни суспільно-економічної формації з індустріальної на пост-індустріальну або інформаційну [1, с. 154].

При проведенні опитуванням громадян, на запитання: “Чи існує небезпека для інформаційних відносин в галузі реклами?” 75,17 відсотків опитаних респондентів відповіли “так” і 22,38 відсотків “ні”.

З огляду на це проблеми вдосконалення систем інформаційного забезпечення вважаються одними з найбільш актуальних і невідкладних завдань суспільства.

Водночас інтенсифікація інформаційних процесів породжує низку серйозних проблем, без рішення яких не можна говорити про ефективність інформаційного суспільства. Однією з найбільш гострих проблем вказаного плану виступає проблема надійного захисту інформації, тобто попередження її спотворення або знищення, не-санкціонованої модифікації, зловмисного отримання і використання тощо. Особливою гостроти проблема захисту набуває через з повсюдну і масову комп’ютеризацію інформаційних процесів, широке впровадження інформаційно-обчислювальних мереж з доступом до їх ресурсів маси користувачів.

Аналізуючи результати наукових досліджень і розробок у галузі захисту інформації, відзначаємо, що важливим досягненням теоретичного характеру на попередньому етапі з'явилися наукові розробки нових засобів захисту (технічних, програмно-апаратних, криптографічних) і способів побудови на їх основі комплексних механізмів і систем захисту [2, 3, 4].

Система безпеки інформаційних відносин у галузі реклами складається з таких елементів: юридичний – правове врегулювання відносин, що виникають з приводу створення, виробництва та розповсюдження реклами; організаційний – забезпечення діяльності компетентних органів державної влади; технічний – застосування інженерно-технічних заходів, що роблять інформацію недосяжною для протиправних дій; економічний – джерела фінансування заходів безпеки.

Найбільшу перевагу, 79, 72 відсотків опитаних, надають саме юридичному аспекту врегулювання інформаційної безпеки, що говорить про усвідомлення важливості цього моменту.

Суспільні відносини, які виникають при гарантуванні безпеки інформаційних відносин у галузі реклами є багатоаспектними і торкаються різних галузей знань, зокрема: соціальних, технічних, політичних, правничих та ін.

Існує специфіка інформаційних відносин у галузі реклами як об'єкта безпеки. Вона виявляється у: нематеріальному характері рекламної інформації; суб'єктивному характері інформаційних відносин у галузі реклами; необхідності об'єктивації інформаційних відносин у галузі реклами перед включенням її у правовий обіг; неспоживності, можливість багаторазового використання рекламної інформації; здатності до відтворення, копіювання, збереження і накопичення рекламної інформації.

Зауважимо, що інформаційна безпека потребує постійного регулюючого впливу права на відносини, які виникають у галузі реклами з конструюванням чіткої моделі обов'язкової та дозволеної поведінки суб'єктів цих відносин (рекламодавців, виробників реклами, розповсюджувачів реклами, споживачів реклами, контролюючих органів).

Правовий вплив – це взятий в єдності й різноманітності весь процес впливу права на суспільне життя [5, с. 542]. Правовий вплив на формування інформаційної безпеки загалом, та в галузі реклами зокрема, повинен забезпечуватись комплексно через правові, політичні, економічні, соціальні, ідеологічні та інші суспільні відносини, що в кінцевому результаті повинен давати розуміння важливості існування у державі та суспільстві побудови безпечного інформаційного простору з напрацюванням певних стандартів поведінки у цій сфері.

Захист інформаційної безпеки повинен здійснюватись передусім шляхом проведення вираженої збалансованої політики держави в інформаційній сфері, яка має три основні вектори: захист інформаційних прав і свобод людини, захист державної безпеки в інформаційній сфері та захист національного інформаційного ринку, економічних інтересів держави в інформаційній сфері, національних виробників інформаційної продукції [6, с. 146].

- Основними цілями інформаційної політики України є забезпечення [4, с. 153]:
- захисту інформаційного суверенітету держави (особливо захисту національно-го інформаційного простору з інформаційним ресурсом і систем формування

масової суспільної свідомості) в сучасних умовах глобалізації та інтернаціоналізації процесів в інформаційній сфері;

- рівня інформаційної достатності для прийняття рішень державними органами, підприємствами і громадянами;
- реалізації конституційних прав і свобод громадян, суспільства і держави на інформацію.

Необхідно вирізнити основні характеристики інформаційної безпеки, що спичинені специфікою її об'єкта – “інформації” [6, с. 115]:

1. Зона інформаційної безпеки знаходиться на перехресті функції національної безпеки та інформаційної функції держави.
2. Питання інформаційної безпеки держави носить екстериторіальний характер.
3. Суспільні відносини, що входять до сфери інформаційної безпеки, є неоднорідними та різноплановими.
4. Компетенція держави у сфері інформаційної безпеки спричинена конкуренцією між інформаційними правами особи та функціями держави і її органів із регулювання інформаційних процесів.
5. У демократичному суспільстві державне регулювання інформаційної сфери можливе лише шляхом встановлення правових норм.
6. Політика інформаційної безпеки носить багатовекторний характер, її головними складовими (векторами) є:
 - регулювання інформаційних відносин з метою забезпечення національної безпеки, територіальної цілісності та громадського порядку, підтримання законності;
 - регулювання інформаційних відносин з метою забезпечення прав свобод громадян, здоров'я та моральності;
 - регулювання інформаційних відносин у сфері комерційної інформації.

У сфері безпеки інформаційних відносин, нормотворення в Україні здійснюється не комплексно, а шляхом вирішення окремих проблем за допомогою окремих законів. Значний масив норм щодо безпеки інформаційних відносин потребують свого закріплення.

У п. 13 Закону України “Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки” від 09.01.2007 р. №537-V зазначається, що вирішення проблеми інформаційної безпеки має здійснюватися шляхом [6]:

- створення повнофункціональної інформаційної інфраструктури держави та забезпечення захисту її критичних елементів;
- підвищення рівня координації діяльності державних органів щодо виявлення, оцінки і прогнозування загроз інформаційній безпеці, запобігання таким загрозам та забезпечення – ліквідації їх наслідків, здійснення міжнародного співробітництва з цих питань;
- вдосконалення нормативно-правової бази щодо забезпечення інформаційної безпеки, зокрема захисту інформаційних ресурсів, протидії комп'ютерній злочинності, захисту персональних даних, а також правоохоронної діяльності в інформаційній сфері;

- розгортання та розвитку Національної системи конфіденційного зв'язку як сучасної захищеної транспортної основи, здатної інтегрувати територіально розподілені інформаційні системи, в яких опрацьовується конфіденційна інформація.

Національна інформаційна структура забезпечує можливість оперативного управління справами суспільства і держави, протидії загрозам національних інтересів. Сутність інформаційної безпеки полягає в захищеності від загроз, здатності задовольняти потреби суб'єктів національних інтересів. Це можуть бути загрози об'єктам національних інтересів у інформаційній сфері та загрози діяльності з реалізації відповідних інтересів у цій сфері [7, с. 4].

Як зазначає Кормич Б. А. [7, с. 10], інформаційний аспект національної безпеки є її невід'ємним компонентом і, таким чином, як інформаційна безпека не може існувати поза межами загальної національної безпеки, так само і національна безпека не буде всеохоплюючою в разі позбавлення своїх інформаційних векторів. Він виділяє дві самостійні сфери існування понять національної безпеки та її інформаційного компонента [7, с. 11].

По-перше, це теоретична сфера національної безпеки, яка розглядає названу проблему в площині розуміння змісту та сутності, визначення її місця в системі державної діяльності тощо.

По-друге, це практична сфера національної безпеки, до якої ми відносимо нормативно-правові основи діяльності держави, спрямованої на захист національної безпеки та на створення відповідних дієвих механізмів цього захисту.

Інформаційна безпека належить до тих різновидів безпеки, де національний та інтернаціональний момент нерозривно пов'язані між собою. Це означає, що йдеться про той вид національної безпеки, який водночас є суто національним і відносно наднаціональним за своїм змістом наповнення й за своїми формами, забезпечуючи таким чином самозбереження нації та її прогресивний розвиток, на шляхах розвитку інформаційного довкілля у її глобальному контексті [8, с. 3].

Інформаційна безпека, як стан захищеності життєво важливих інтересів особи, суспільства і держави в інформаційній сфері охоплює систему політичних, економічних правових, організаційних, наукових та інших заходів, спрямованих на виявлення та нейтралізацію реальних і потенційних загроз у цій сфері або запобігання їм [7, с. 4].

У загальному вигляді інформаційна безпека виступає складовою частиною або підсистемою такої категорії, як "національна безпека" [6].

Усі громадяни України, юридичні особи і державні органи мають право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення та зберігання відомостей, необхідних їм для реалізації ними своїх прав, свобод і законних інтересів, здійснення завдань і функцій [1, ст. 9].

Одним із головних пріоритетів побудови України є побудова орієнтованого на інтереси людей безпечного інформаційного суспільства, метою котрого є – створення і накопичення інформації та знань, вільний доступ, користування й обмін ними.

На сьогоднішній день посилюється негативний зовнішній вплив на інформаційний простір України, що загрожує розмиванням суспільних цінностей і національної

ідентичності; недостатніми залишаються обсяги вироблення конкурентоспроможного національного інформаційного продукту, в тому числі реклами, наближається до критичного стан безпеки інформаційно-комп'ютерних систем у галузі державного управління, фінансової і банківської сфери, енергетики, транспорту, внутрішніх та міжнародних комунікацій [9, п. 2.8].

Під інформацією розуміють документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі [1, ст. 1]. Для того, щоб перетворитися на об'єкт суспільних відносин, відомості повинні бути організовані в такій формі та документовані або передані так, що можуть бути сприйнятими іншими особами.

На сучасному етапі основними реальними та потенційними загрозами національній безпеці України, стабільності в суспільстві в інформаційній сфері є [10, ст. 7]:

прояви обмеження свободи слова та доступу громадян до інформації; поширення засобами масової інформації культу насильства, жорстокості, порнографії; комп'ютерна злочинність та комп'ютерний тероризм; розголошення інформації, яка становить державну та іншу, передбачену законом, таємницю, а також конфіденційної інформації, що є власністю держави або спрямована на забезпечення потреб та національних інтересів суспільства і держави;

намагання маніпулювати суспільною свідомістю, зокрема, шляхом поширення недостовірної, неповної або упередженої інформації.

Складовою частиною інформації, як категорії котра носить багатоаспектний характер, є реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена у будь-якій формі та в будь-який спосіб призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Політична сутність формування інформаційної безпеки у галузі реклами стосується всіх елементів політичної структури держави та суспільства: структур підготовки та прийняття політичних рішень, структур управління місцевої та регіональної влади, структур виборчих систем, інформаційно-телекомунікаційних урядових систем спеціального призначення.

Для економічної сфери сутність формування інформаційної безпеки у галузі реклами полягає у загальноекономічному аналізі та прогнозуванні економічного розвитку через вплив рекламного продукту на потенційних партнерів та споживачів на ринку товарів, робіт, послуг; порядку та структурі прийняття рішень і координації управлінських дій в економічній сфері, зокрема, в умовах надзвичайного стану, інфраструктури банківських мереж та систем, системи управління в критично важливих для функціонування держави структурах (енергетика, транспортні комунікації, телекомунікаційні та інформаційні мережі).

Досвід інформаційно розвинутих країн свідчить, що економічні переваги ґрунтуються в сучасному світі на прогресивній інформаційній експансії, в тому числі і рекламної інформації, і саме ті країни, які найбільше просунулися у напрямку інформаційної цивілізації, будуть переважати у світовій господарській системі та в міжнародній конкуренції з технологічно відсталими країнами і регіонами [11].

Суспільна сфера сутності формування інформаційної безпеки у галузі реклами виступає найбільш вразливою для інформаційних впливів, оскільки включає системи формування громадської думки, структури засобів масової комунікації, інформаційно-організаційні структури політичних партій, громадських рухів, національно-культурних та релігійних інституцій, структури забезпечення основних прав і свобод, плюралізму і незалежності виявлення поглядів, вільного обміну ідеями та інформацією.

У правовому змісті сутність безпеки інформаційних відносин у галузі реклами полягають у забезпеченні функціонування рекламної діяльності і його учасників (рекламодавця, виробника реклами, розповсюджувача реклами, споживача реклами) через прийняття уповноваженими органами державної влади низки нормативно-правових актів, які б врегульовували цей сегмент національної інформаційної безпеки.

Рекламна інформація виступає головним продуктом і основою функціонування рекламної індустрії.

Гарантування безпеки інформаційних відносин у галузі реклами повинно здійснюватись на основі таких спеціальних принципів: пріоритетності прав і свобод людини і громадянина; верховенство права; своєчасності заходів захисту національних інтересів реальним і потенційним загрозам; чіткого розмежування повноважень та взаємодія органів державної влади у гарантуванні безпеки інформаційних відносин у галузі реклами; використання в інтересах України міждержавних систем та механізмів міжнародної колективної інформаційної безпеки.

Об'єктом безпеки інформаційних відносин у галузі реклами є рекламна інформація і рекламна діяльність в інформаційному просторі України, котра повинна здійснюватись на засадах непорушності прав та свобод людини і громадянина (право на достовірну інформацію); духовних, морально-етичних, культурних, історичних, інтелектуальних та матеріальних цінностей суспільства; конституційного ладу, суверенітет, територіальна цілісність і недоторканість держави.

Державна політика щодо безпеки інформаційних відносин у галузі реклами реалізується через діяльність відповідних суб'єктів уповноважених державних органів влади, зокрема: Президент України, Верховна Рада України, Рада національної безпеки і оборони України, Служба Безпеки України, міністерства та інші центральні органи виконавчої влади, місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування.

Список використаної літератури

1. Закон України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки" від 09.01.2007 р. №537–V // *Голос України* від 06.02.2007 р. – № 21.
2. Закон України про інформацію: За станом на 1 грудня 2002 р. Офіційне видання / Верховна Рада України. – Київ : Парламентське видавництво, 2002. – 24 с.
3. *Ситник Г. П.* Організаційно-правові засади забезпечення національної безпеки України : навчальний посібник / Г. П. Ситник, В. М. Олуйко. – Хмельницький: Видавництво ХУУП. – 2005. – 236 с.
4. *Ліпкан В. А.* Націобезпекознавча парадигма / В. А. Ліпкан // *Право України*. -2003. – № 2. – с. 120–123.
5. *Данільян О. Г.* Національна безпека України: сутність, структура та напрями реалізації : навчальний посібник / О. Г. Данільян, О. П. Дзьобань, М. І. Панов – Харків : Фоліо. – 2002. – 285 с.

6. Кельман М. С. Загальна теорія держави і права: підручник. – 3-тє видання, стереотипне / М. С. Кельман, О. Г. Мурашин, Н. М. Хома. – Львів : “Новий Світ-2000”, 2007. – 584 с.
7. Кормич Б. А. Організаційно-правові засади політики інформаційної безпеки України / Борис Анатолійович Кормич. – Юридична література, 2003. – 471 с.
8. Шемшученко Ю. С. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні / за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа. – К. : ТОВ “Видавництво “Юридична думка”, 2006. – 384 с.
9. Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози. – К. : Центр вільної преси, 2006. – 916 с.
10. Указ Президента України “Про Стратегію національної безпеки України” від 12.02.2007 р. № 105/2007 // Урядовий кур’єр від 07.03.2007. – №43.
11. Закон України “Про основи національної безпеки України” від 19.06.03 р. № 964-IV // Відомості Верховної Ради України від 26.09.2003. – 2003р., №39, стаття 351.
12. Макаренко С. А. Проблема безпеки в інформаційному суспільстві / С. А. Макаренко / Збірка “Інформаційне Суспільство, Шлях України”. – К. : Фонд “Інформаційне суспільство України”, 2004. – 290 с.

Стаття надійшла до редколегії 10.09.12

Прийнята до друку 15.09.12

NATURE AND FORMATION ELEMENTS OF INFORMATION SECURITY IN THE FIELD OF ADVERTISING

Petro Ostapishyn

*Lviv branch of the Kyiv National University of Culture and Arts,
Kushevycha Str. 5, 79019, Lviv, Ukraine,
petroostapishyn@gmail.com*

The essence of information security relations in the field of advertising, which is to ensure the functioning of advertising through the adoption authorities of the government complex regulations.

Key words: mass media, information space, security of information relations, legal effect, advertising information.

СУЩНОСТЬ И ЭЛЕМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ

Петр Остапишин

*Львовский филиал Киевского национального университета
культуры и искусств,
ул. Кушевича, 5, 79019, Львов, Украина,
petroostapishyn@gmail.com*

Рассмотрены сущность безопасности информационных отношений в области рекламы, заключающиеся в обеспечении функционирования рекламной деятельности сквозь принятие уполномоченными органами государственной власти комплекса нормативно-правовых актов.

Ключевые слова: СМИ, информационное пространство, безопасность информационных отношений, правовое воздействие, рекламная информация.