

УДК 32.019.5

Конах В. К.
Національний інститут
стратегічних досліджень

**ВНУТРІШНІ НЕГАТИВНІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ВПЛИВИ В
УКРАЇНІ: УНОРМУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ ЯК
ЗАСІБ НІВЕЛЮВАННЯ**

На основі аналізу національного інформаційного простору України визначаються сучасні тенденції використання внутрішніх негативних інформаційно-психологічних впливів, основні чинники, що зумовлюють високий рівень їх ефективності. Пропонуються напрями унормування діяльності в інформаційному просторі з метою їх нівелювання.

***Ключові слова:** внутрішні негативні інформаційно-психологічні впливи, інформаційна безпека, унормування діяльності в інформаційному просторі*

Конах В.К.

**ВНУТРЕННИЕ НЕГАТИВНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
ВОЗДЕЙСТВИЯ В УКРАИНЕ: УНОРМИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ КАК СРЕДСТВО НЕВЕЛИРОВАНИЯ**

На основе анализа национального информационного пространства Украины определяются современные тенденции использования внутренних негативных информационно-психологических воздействий, основные факторы, обуславливающие высокий уровень их эффективности. Предлагаются направления унормирования деятельности в информационном пространстве с целью их нивелирования.

***Ключевые слова:** внутренние негативные информационно-психологические воздействия, информационная безопасность, унормирование деятельности в информационном пространстве*

Konah V.

**INTERNAL NEGATIVE INFORMATION-PSYCHOLOGICAL INFLUENCES IN
UKRAINE: REGULATION OF THE ACTIVITY IN INFORMATION SPACE AS MEANS
OF LEVELING**

In the article are determined the current trends of using the internal negative information-psychological influences, the main factors that contribute to high levels of their performance, based on the analysis of the national information space of Ukrain. Proposed areas of regulation of the activity in the information space, with a view to their leveling.

***Key words:** internal negative information-psychological influences, information security, regulation of the activity in information space*

Аналіз національного інформаційного простору України дозволяє констатувати, що з часу здобуття незалежності актуальною проблемою залишається його змістовне наповнення (контент). Означена проблема пов'язана з тим, що, з одного боку, він перебуває під тиском низки чинників іноземного походження, а з іншого – характеризується невідповідністю

вітчизняного інформаційного продукту світовим критеріям. З огляду на те, що політичні еліти та фінансово-промислові групи здійснюють свою боротьбу за сфери впливу здебільшого інформаційними засобами, а національні ЗМІ почасти демонструють соціальну безвідповідальність, обслуговуючи не стільки суспільні та загальнодержавні, скільки вузькогрупові корпоративні інтереси, на сьогодні використання внутрішніх негативних інформаційно-психологічних впливів постає однією з

вагомих загроз, як забезпеченню інформаційних права та інтересів громадян, так і інформаційній безпеці України в цілому.

Метою статті є аналіз сучасних тенденцій використання інформаційно-психологічних впливів в Україні, методів і засобів, які застосовуються при їх проведенні, а також чинників, що зумовлюють їх високий рівень ефективності. На основі аналізу запропонувати напрями вдосконалення нормативно-правового регулювання інформаційного простору України, задля нівелювання внутрішніх негативних інформаційно-психологічних впливів.

Аналізу теоретичних положень і практичних аспектів застосування негативних інформаційно-психологічних впливів та забезпеченню національної безпеки держави на інформаційно-психологічному напрямі в нашій державі присвячені наукові роботи низки вітчизняних авторів, зокрема: Почепцова Г.Г., Баранова А., Гундертайло Ю.Д., Карпенко А., Кормича Б.А., Толубка В.Б., Чукут С.А., Литвиненко О.П. та інших.

Проте, стійка тенденція зростання рівня використання внутрішніх негативних інформаційно-психологічних впливів як у кількісному, так і в якісному вимірах, вимагає подальшого вивчення зазначеної проблеми та напрацювань заходів з їх нівелювання.

Аналіз *негативних інформаційно-психологічних впливів у внутрішньополітичній сфері* вказує на те, що їх головною метою зазвичай є формування певної громадської думки із суспільно значущих і резонансних питань, а також дискредитація і деморалізація політичних опонентів.

Найбільшої ваги вони зазвичай набувають напередодні та під час виборчих кампаній. Серед найпоширеніших методів здійснення внутрішніх негативних інформаційно-психологічних впливів варто виокремити використання маніпулятивних технологій, зокрема шляхом поширення викривленої або недостовірної інформації, тенденційних експертних оцінок, недостовірних соціологічних і статистичних даних тощо.

Показовим у цьому сенсі став виборчий період до ВР України у серпні – жовтні 2012 р. Як відзначали експерти, передвиборча кампанія спровокувала засилля „джинси” (замовних матеріалів), розміщення напівправди, замовчування інформації, а також незбалансованість подачі різних точок зору практично у всіх видах і типах ЗМІ – від центральних до регіональних [1]. Причому,

до їх використання долучалися не лише ЗМІ із сумнівною репутацією, але й достатньо відомі та популярні телеканали (зокрема, Перший національний канал, ICTV, ТРК Україна, СТБ, Новий канал), друковані ЗМІ (зокрема, Комсомольская правда в Украине, Факты, Сегодня, Кореспондент, Коментарі та Український тиждень), а також Інтернет-видання (зокрема, УНІАН, Обозревателя) тощо.

19 вересня 2012 р., з метою забезпечення права українців на повну, відкриту, збалансовану інформацію про парламентські вибори та рівний доступ політичних сил до ЗМІ під час виборчого процесу, низка телеканалів (зокрема Перший національний канал, ICTV, ТРК Україна, 1+1, СТБ, Новий канал, Інтер, 5-й канал) підписали Меморандум „Відкриті новини заради чесних виборів”. Проте, моніторинг інформаційних повідомлень учасників проекту поруч із позитивними зрушеннями (якість новин частини телеканалів, які протягом 5 тижнів брали участь у зазначеному проекті підвищилася, а висвітлення діяльності політичних сил у контексті виборчої кампанії стало більш збалансованим), засвідчив і негативні тенденції. Так, головними негативними трендами медійної виборчої кампанії-2012 в телевізійному просторі стали „джинса” технічних проектів та мажоритарників, маніпуляції з соціологією, підігривання всім опонентам Об’єднаної опозиції. Зокрема, найбільші порушення журналістських стандартів та недотримання умов меморандуму продемонстрували Перший національний канал – замовчував важливі теми, порушував стандарти подачі балансу думок, повноти інформації, відокремлення фактів від думок тощо. ICTV порушував стандарти подачі балансу думок. Окрім того, Перший національний, Новий канал та ТРК Україна оприлюднювали сумнівні дані соціологічних досліджень маловідомих компаній. Для реалізації політичного замовлення значну роль відігравали замовчування тем або їх складових – позицій та аргументації окремих сторін, експертних оцінок, конкретних фактів та бекграундів [2].

Рівень дотримання журналістських стандартів загальнонаціональними друкованими виданнями впродовж виборчої кампанії 2012 року також знижувався, що засвідчив моніторинг журналістських стандартів в шести загальнонаціональних виданнях (Комсомольская правда в Украине, Факты, Сегодня, Кореспондент, Коментарі

та Український тиждень), який проводив Інститут Масової Інформації за підтримки Інтерньюз Нетворк. Так, передвиборча кампанія спровокувала засилля „джинси” (її використовували у своїй боротьбі практично всі ключові політичні сили), розміщення напівправди, замовчування інформації, незбалансованості подачі різних точок зору. Причому, якщо більшість видань віддавала перевагу у підтримці або опозиційних кандидатів (Україна молода), або провладних (Газета по-українськи, Главком, Сегодня, Коментарі, Кореспондент), то деякі, переслідуючи передовсім комерційний інтерес, розміщували на своїх шпальтах матеріали з ознаками замовності від усіх ключових партій: Партії регіонів, Об’єднаної опозиції, КПУ, Удару, Україна вперед, Української правди, а також розлогі інтерв’ю з кандидатами-мажоритарниками („Факти” та Комсомольская правда в Украине)[2].

Передвиборчі тенденції порушень журналістських стандартів у традиційних ЗМІ були перенесені й в Інтернет-ЗМІ, які почали широко використовувати весь арсенал маніпулятивних технологій – від „джинси” до розміщення недостовірної інформації. Це засвідчив, зокрема, моніторинг журналістських стандартів чотирьох Інтернет-ЗМІ (УНІАН, Лівого берега, Обозревателя, Лиги), який проводив Інститут Масової Інформації за підтримки Інтерньюз Нетворк. Так, основною тенденцією виборчої кампанії стало збільшення кількості в Інтернет-ЗМІ публікацій з ознаками замовності, на користь окремих політичних сил та кандидатів-мажоритарників. Найбільше матеріалів з ознаками замовності було виявлено на сайтах УНІАН та Обозреватель. Серед журналістських стандартів, що найчастіше порушувалися в Інтернет-ЗМІ впродовж виборчої кампанії варто виокремити повноту представлених фактів та баланс думок. Зокрема, в Інтернет-ЗМІ Обозреватель упродовж виборчої кампанії більше половини матеріалів були неповними. Окрім того, впродовж виборчих перегонів низка українських Інтернет-ЗМІ розміщували публікації результатів соціологічних опитувань від маловідомих компаній, у яких штучно підвищувалися рейтинги партій Україна – Вперед! та Наша Україна, ігноруючи соціологічні опитування загальновідомих соціологічних компаній, зокрема фонду „Демократичні ініціативи” та КМІС. Іншим журналістським стандартом, що широко

порушувався в Інтернет-ЗМІ став стандарт достовірності інформації. Так, яскравим прикладом неприкритої дезінформації стало коротке інтерв’ю з нібито британським політтехнологом Волтером Кеммером, яке опублікувало Інтернет-видання Багнет. В інтерв’ю неіснуючий експерт повідомляв, що „непрохідні мажоритарники завалять Європу фіктивними скаргами про порушення”. Не перевіривши матеріал на достовірність псевдо-інтерв’ю передрукували деякі відомі Інтернет-ЗМІ, зокрема Сегодня, Подробности, Gazeta.ua [2].

Серед новітніх засобів здійснення негативних інформаційно-психологічних впливів варто виділити залучення в якості експертів та промоутерів загальновідомих міжнародних громадських організацій (Репортери без кордонів, Transparency International тощо) та знаних політичних діячів (А. Меркель, Ш. Фюле, Т. Янгланда та інших) з подальшим їх позиціонуванням у якості незалежних арбітрів. При цьому нехтуються міжнародний імідж України, провокується втручання іноземних структур чи топ-політиків у внутрішні справи України тощо [3, с.501].

Використання *негативних інформаційно-психологічних впливів в економічній сфері* передовсім має на меті досягнення певних економічних інтересів – отримання додаткових прибутків за рахунок стимулювання необхідного попиту (псевдо-прогнози щодо подорожчання цін на певні товари, зокрема внаслідок тих чи інших урядових рішень), виведення з рівноваги ринків (маніпулювання інформацією щодо тенденцій цін на нерухомість, девальвації чи ревальвації гривні), а також задля боротьби з конкурентами (виведення їх з ринку чи подальшого поглинання). З цією метою, при здійсненні негативних інформаційно-психологічних впливів в економічній сфері часто застосовується „чорний піар”, зокрема через дезінформацію, підміну понять, псевдо-прогнози тощо.

Одним із потужних методів ведення інформаційних кампаній, що базуються головним чином на економічному підґрунті, є так звана підміна понять. Прикладом використання такого методу може слугувати ситуація довкола рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1260 від 29.08.2012 про встановлення Правил формування пакетів програм провайдерів програмної послуги, яким було розширено кількість телеканалів, обов’язкових для включення в кабельних

мережах України. Асоціація правовласників і постачальників контенту та представники провайдерів, не бажаючи йти на додаткові витрати пов'язані із забезпеченням послуги у повному обсязі, звинуватила Нацраду України в руйнуванні здорової конкуренції серед нішевих українських телеканалів та лобюванні інтересів одних телекомпаній за рахунок інших.

Показовими щодо використання негативних інформаційно-психологічних впливів в економічній сфері у 2012 році стали так звані „інсулінові війни”, які проводилися у вітчизняному інформаційному просторі головними фармакологічними гравцями – „Фармак” та „Індар” за залучення споживачів шляхом використання „чорного піару”. Так, „Фармак” переконував своїх споживачів, що його інсулін – „людський”, тобто кращий з огляду на те що розроблений генними інженерами та виробляється синтетично, а у конкурентів – „свинячий”, вироблений з тваринної сировини.

Варто зауважити, що окреслена ситуація спричинена насамперед наявністю в Україні низки внутрішніх проблем загальносистемного характеру.

Зокрема, серед головних чинників, що створюють передумови для високої ефективності негативних внутрішніх інформаційно-психологічних впливів варто виокремити високий рівень монополізації медіа-ринків через недостатню контрольованість державою відносин власності на ключові ЗМІ та відсутність нормативно-правових актів, які б сприяли становленню економічно незалежних ЗМІ. З огляду на зазначене, фінансово-промислові групи через належні їм ЗМІ почасти вдаються до формування змістовного наповнення на власний розсуд, обслуговуючи не стільки суспільні та загальнодержавні, скільки вузькогрупові корпоративні інтереси, використовуючи ЗМІ в маніпулятивних цілях. При цьому журналістські колективи, передовсім через непрозорість трудових відносин з власниками, а також слабку самоорганізацію, практично не мають можливостей для проведення незалежної редакційної політики [4].

З іншого боку, практика ЗМІ останніх років, зокрема виборчих перегонів, увиразнює проблему професійної компетентності та моральної відповідальності журналістів перед суспільством. Тут дає взнаки відсутність в Україні узгодженого

Кодексу журналістської етики, та механізмів контролю за його виконанням. Як наслідок, – відсутність обов'язкових правових вимог щодо дотримання професійних етичних стандартів чи дієвого інституту саморегуляції (установи з контролю за дотриманням етичних стандартів) спонукає журналістів та редакції порушувати їх (найчастіше в частині дифамації, образи честі, гідності й ділової репутації), спричиняє зловживанням гаслами щодо захисту свободи слова задля маніпулювання свідомістю.

Окрім того, відсутність відповідного правового регулювання функціонування в Україні Інтернет-ЗМІ, фактично унеможливує встановлення контролю за інформацією, яка там поширюється, та створює передумови для їх використання у деструктивних цілях.

Іншим негативним чинником є те, що українські державні ЗМІ, на які передовсім покладено завдання одстоювати державницьку позицію та забезпечувати право громадян на отримання повної, достовірної та оперативної інформації, почасти не в змозі виробити якісний конкурентоспроможний інформаційний продукт, якому громадяни України віддали б перевагу перед комерційним та іноземним. Серед головних причин такого стану – відсутність концептуальних підходів до формування та імплементації державної інформаційної політики, спрямованої на обстоювання національних інтересів у вітчизняному та світовому інформаційному просторі.

Як наслідок, в інформаційному просторі України спостерігається засилля тенденційного не тільки іноземного, а й вітчизняного інформаційного продукту, яке помножується на відсутність власного продержавницького конкурентоспроможного інформаційного продукту, що створює об'єктивні загрози, як інформаційним правам та інтересам громадян, так й інформаційній безпеці України в цілому.

Беручи до уваги зазначене, з метою нівелювання загроз, пов'язаних з використанням внутрішніх негативних інформаційно-психологічних впливів, першочерговим вбачається вирішення такого актуального завдання, як унормування діяльності в інформаційному просторі, зокрема шляхом:

- доопрацювання розробленого Міністерством юстиції України проекту закону „Про внесення змін до деяких законів

України щодо забезпечення прозорості відносин власності щодо засобів масової інформації”, спрямованого на недопущення монополізації ЗМІ (в тому числі Інтернет-ЗМІ) та їх використання у маніпулятивних цілях;

- розроблення обов’язкового для виконання *Кодексу етичної поведінки журналістів* особливе місце в якому повинен посідати розділ „Відповідальність”, що міститиме вказівку: хто, за що і як відповідає, порушуючи ту чи іншу етичну норму;

- розроблення проекту закону про „Засоби масової інформації в мережі Інтернет”, у відповідності до міжнародних принципів і стандартів, в якому зокрема передбачити: визначення правового статусу та принципів діяльності Інтернет-ЗМІ як нового, нетрадиційного ЗМІ; визначення прав та обов’язків вітчизняних та зарубіжних суб’єктів інформаційних відносин в національному сегменті мережі Інтернет; недопущення попередньої та пост-фактумної цензури Інтернет-ЗМІ тощо).

Іншим важливим завданням залишається розробка та затвердження засадничого документа з регулювання інформаційного простору – *Концепції інформаційної політики держави*, в якій необхідно передбачити засади, методи та засоби формування та провадження державної інформаційної політики, зокрема щодо реалізації системи державної пропаганди, спрямованої як на внутрішнє, так і на зовнішнє інформаційне середовище; забезпечення достатнього рівня присутності якісного національного інформаційного продукту в українському та світовому міжнародному інформаційному просторі тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Рівень дотримання журналістських стандартів перед виборами продовжує знижуватися [Електронний ресурс] // ІМІ. – 24.09.2012. – Режим доступу: <http://vybory.mediasapiens.ua/2012/09/24/2230/>
2. За матеріалами „Телекритики”, „MediaSapiens”, та Інституту масової фінформації, докладніше див.: Моніторинг дотримання журналістських стандартів друкованими виданнями. Звіт за вересень 2012 року. [Електронний ресурс] // ІМІ. – 10.10.2012. – Режим доступу: <http://imi.org.ua/content/monitoring-dotrimannya-zhurnalistskikh-standartiv-drukovanimi-vidannymi-zvit-za-veresen-2012> Про що мовчали новини в жовтні-2012. - MediaSapiens. – 13.11.2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/12177>; Про що мовчали новини в листопаді-2012. - MediaSapiens. – 13.12.2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13198>; „Хорошист” – „Інтер” та „перший маніпулятивний” – державний Перший національний. – „Телекритика”. – 26.12.2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/11591>
3. Хвороба „кривого дзеркала”. – „MediaSapiens” [Електронний ресурс] // 23.09.2012. – <http://vybory.mediasapiens.ua/2012/09/23/hvoroba-kryvoho-dzerkala/> Рівень журналістських стандартів перед виборами продовжує знижуватися. – ІМІ. – 20.09.2012. – Режим доступу: <http://imi.org.ua/content/riven-zhurnalistskikh-standartiv-pered-viborami-prodovzhuje-znizhuvatisya>
3. Конач В. Внутрішні негативні інформаційно-психологічні впливи в Україні: сучасний стан та тенденції / В.К. Конач // Гілея: науковий вісник. – 2012. – Випуск 56 (№ 1). – С 501-505.
4. Українські реалії інформаційного простору: стан та перспективи [Електронний ресурс] // НСЖУ. – 20.12.2012.. – Режим доступу: <http://nsju.org/article/view/224>