

## ПОЛІТИЧНІ ТА ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

---

**УДК 351.751**

**О. І. Крюков,**

*д.держ.упр., проф., професор кафедри політології  
та філософії ХарПІ НАДУ, м. Харків;*

**Т. В. Бельська,**

*к.держ.упр., докторант кафедри державної політики  
та управління суспільним розвитком НАДУ, м. Київ*

### ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: СТАНОВЛЕННЯ, РОЗВИТОК, ПЕРСПЕКТИВИ

*Розглянуто три періоди інформаційного суспільства (міжособистісна, медійна і віртуальна комунікації) та перспективи четвертої інформаційної революції; проаналізовано особливості, позитивні та негативні тенденції кожного періоду інформаційного суспільства.*

**Ключові слова:** інформаційне суспільство, комунікації, інтернет-споживачі, маніпулювання.

**О. І. Kriukov,**

*Professor of Political Science and Philosophy Department, Doctor of Public Administration,  
Full Professor, KRI NAPA, Kharkiv*

**Bielska T. V.,**

*Doctoral student of Public Administration and Social Development Management Department of  
NAPA, PhD in PA, Kyiv*

### INFORMATION SOCIETY: FORMATION, DEVELOPMENT, PROSPECTS

*The paper examines three periods of the information society: interpersonal, media, virtual communications and prospects for the fourth information revolution; the features, positive and negative trends of each period of the information society are analyzed.*

**Key words:** information society, communications, Internet consumers, manipulation.

Відомий американський соціолог і футуролог Е. Тоффлер писав про те, що “третьою хвилею” змін сучасного суспільства буде створення так званого “інформаційного суспільства”. Виникнення такого суспільства обумовлено повсюдним поширенням комп'ютерів, турбореактивних авіації, гнучких технологій. В інформаційному суспільстві складаються нові види родини, стилі роботи, життя, нові форми політики, економіки та свідомості [12, с. 5]. Очевидно, що в цих умовах велике значення для здійснення управління суспільством

відіграють засоби масової комунікації (ЗМК), про які свого часу було сказано, що вони фактично “четверта влада”.

Єдина теорія масової комунікації історично складалася і досі формується з наукових підходів, позицій і досліджень багатьох учених – представників як громадських, так і природних і технічних галузей знання. Вона визрівала в руслі філософії (Аристотель, Д. Локк, Т. Гоббс та ін.), досліджень з соціології та психології (Г. Тард, Г. Лебон – к. XIX – поч. XX ст., Л. С. Виготський – 30-ті рр., Т. Адорно, Г. Лассауелл, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, П. Лазарсфельд, Р. Мертон та ін. – 40-ті рр., Ю. Хабермас, С. Московічі, А. Менегетті та ін. – 60 – 80-ті рр. XX ст.). (Ми називаємо лише ключові періоди, що давали поштовхи і нові імпульси теорії відповідно до нових соціальних реалій.). Вона оформлялася в руслі досліджень проблем теорії інформації та нової науки – кібернетики (Н. Вінер, К. Шеннон, С. Бір та ін. – 40-50-ті рр.), наукових розробок у сфері теорії інформації, культурології та естетики сприйняття (М. Бахтін – 30-ті рр., А. Моль, Ю. Лотман – 60-70-ті рр.), теорії журналістики і журналізму (радянська школа журналістики 60-70-х рр. XX ст., що отримала розвиток на базі однойменного факультету МДУ ім. Ломоносова). До кінця ще не оцінений, який дотепер все більше з'ясовується, внесок, який зробили в теорію масової комунікації, розробляючи природничі, філософські, психологічні та філологічні концепції, російські мислителі М. Федоров, П. Флоренський, В. Вернадський, О. Лосєв, М. Бахтін, Л. Виготський. Нові впливи на теорію масової комунікації здійснили відомі українські вчені – А. Москаленко, Г. Почепцов, В. Різун.

Визнаючи значний внесок вищеназваних авторів в розвиток науки, слід зазначити, що вони не розглядали перспектив розвитку інформаційного суспільства.

Мета статті – охарактеризувати періоди інформаційного суспільства, розглянути перспективи його розвитку; проаналізувати особливості, позитивні і негативні тенденції кожного періоду інформаційного суспільства.

В інформаційну епоху культура як набір прийнятих на віру цінностей і норм виявилася значною мірою захопленою електронним гіпертекстом, який комбінує, артикулює і висловлює смисли у вигляді аудіовізуальної мозаїки, здатної до розширення або стиску, узагальненню або специфікації залежно від аудиторії [8]. Інформаційне повідомлення є розкодуванням середовища, медіасистеми адаптовані для послання будь-якого повідомлення будь-якій аудиторії. Подолання відстані за допомогою телекомунікацій і швидких транспортних систем дозволяє організаціям і індивідам проводити час разом без просторового зближення, що робить можливим їх включення в гнучкі міжтериторіальні структури, що еволюціонують у функціональні мережі взаємодії [6]. Сучасні засоби масової комунікації із застосуванням мультимедійних та інтерактивних технологій утворюють комунікаційну систему, в якій реальність повністю занурена у віртуальні образи, в вигаданий світ, що спонукало вчених до створення теорії “культури реальної віртуальності”. Слід зазначити, що поняття засоби масової комунікації (ЗМК) є ширшим від поняття засоби масової інформації (ЗМІ), оскільки включає ще й комунікаційну систему [10].

У період віртуальної комунікації, як вважає М. Кастельс, відбувається перехід від “галактики Гутенберга” до “галактики Маклюєна” [5, с. 314]. Суспільство, в

якому домінує телебачення, можна охарактеризувати як систему масової інформації, яка контролюється урядами та олігархами великих корпорацій – власниками телеканалів і використовується як зброя пропаганди. Формування суспільної свідомості, управління людьми за допомогою ЗМК має величезну перевагу в порівнянні попередніми періодами історії.

Поява телебачення означала, насамперед, кінець панування галактики І. Гутенберга, тобто системи інформування, в якій домінували друкарське мислення і фонетичний алфавіт. Сформувалася галактика М. Маклюєна: "... Телебачення завершує цикл чуттєвого сприйняття світу людиною. З всюдисущим вухом і рухомим оком ми знищили лист – акустиковізуальну метафору, яка визначила динаміку розвитку західної цивілізації. Телебачення вводить в практику активний дослідницький підхід, який включає в себе всі почуття одночасно, а не один зір. Вам доводиться бути "з ним" ... В телебаченні образи проектуються на вас. Ви служите екраном. Образи обгортають вас ..." [13].

Принциповими положеннями концепції М. Маклюєна є такі:

1. На розвиток будь-якої культури впливають поширені в ній "засоби комунікації". До них відносяться всі культурні феномени, що виконують комунікативні функції: мова (лист і мова), друк, телекомунікації, комп'ютерні системи, дороги, транспорт, гроші, релігія, наука.

2. Певний тип комунікації створює особливий соціальний світ – "галактику".

3. Засоби зв'язку є не просто передавачами інформації, а незалежно від переданої інформації – засобом структурування реальності ("засібом повідомлення є саме повідомлення").

4. Формування нових засобів спілкування, зв'язку та інформації створює новий "сенсорний баланс" суспільства, формує новий стиль мислення, картину світу і інші принципи соціальної організації.

5. Комунікація виступає як здатність людини до сприйняття, що дозволяє виділити: аудіо- (мовну) і відео- (або зорову) комунікацію, яким відповідають аудіо- та відеокультури, або культури "слуху" і "зору". Такий поділ пов'язано з тим, що (за спостереженнями психологів) вибірковість зору істотно вище, ніж вибірковість слуху. Кожен бачить своє, звуковий ряд – один на всіх. Звідси особливий сугестивний потенціал звуку.

Відомий фізик лауреат нобелівської премії Петро Капіца стверджував, що "засоби масової інформації не менш небезпечні, ніж засоби масового знищення" [2, с. 223]. І з цим твердженням важко не погодитися, оскільки те інформаційно-психологічний вплив, який чинять ЗМІ на громадян тієї чи іншої країни, які під впливом масових комунікацій стають носіями потрібної ідеології, що дає можливість повною мірою використовувати засоби виробництва, робочу силу, інфраструктуру в цілях організатора впливу. У сучасних умовах практично неможливо ігнорувати інформаційні потоки. Причому, абсолютно не має значення, де знаходиться об'єкт їх впливу. Це стало особливо актуальним з появою переносних пристроїв (радіо, телевізори, ноутбуки, мобільні телефони і т.д.).

Специфікою нової віртуальної комунікаційної системи є будівництво реальної віртуальності, організованої навколо електронної інтеграції всіх видів комунікації, від типографського до мультисенсорного. При розкритті змісту поняття

“віртуальний” М. Кастельс вдається до допомоги тлумачного словника: “Віртуальний – існуючий на практиці, хоча не строго в даній формі або під даним ім’ям” і “реальний – фактично існуючий” [5, с. 351]. Принагідно зауважимо, що в логічному словнику Н. Кондакова “віртуальний об’єкт” трактується як “такий можливий об’єкт, який нами ще не сприймається як щось цілком визначене, але здатний при наявності відомих умов виникнути, виявитися” [7, с. 89]. Навколишня дійсність сприймається людиною через символи, що наділяє практику деяким додатковим значенням, що відхиляється від їх суворого семантичного визначення. Саме ця здатність всіх форм мови кодувати двозначність і відкривати різноманітність інтерпретацій відрізняє культурні вираження від формального міркування. Діапазон культурних варіацій сенсу повідомлень дозволяє нам взаємодіяти один з одним в множинності вимірів. Усі реальності передаються через символи, і тому в інтерактивній комунікації незалежно від її коштів використовувані символи дещо зміщуються щодо призначеного їм символічного значення.

У сучасному світі ставлення громадян до навколишньої суспільно-політичної реальності багато в чому визначається тими, хто контролює світ комунікацій. Можна стверджувати, що той, хто володіє інформацією, має можливість впливати на формування суспільної свідомості, а той, хто має можливість поширювати інформацію у власній інтерпретації володіє практично необмеженими можливостями формувати думку громадян з будь-яких питань політичного управління суспільством.

Як справедливо зазначає молодий російський дослідник А. Гаврилов, “через ЗМІ органи влади намагаються нав’язати” суспільству, масам певні смисли, спонукати до дії, підвищити свою авторитетність або, навпаки, знизити політичну вагу своїх опонентів. ЗМК використовують досить широкий арсенал методів впливу на суспільну свідомість [1].

До найбільш поширених факторів впливу на суспільну свідомість можна віднести такі:

а) прийом, який отримав назву поширення “напівправди” (коли неправдива інформація захована за інформацією, яка частково відповідає дійсності) – цей прийом дозволяє створювати певне відображення дійсності у суспільній свідомості, в якій перекручені факти будуть частиною реальності.

На думку відомого російського дослідника С. Кара-Мурзи: “... включення прямої брехні практикується ЗМІ все в більших масштабах як прийом недорогий, але ефективний у вирішенні термінових завдань. При цьому нахабна брехня виявляється кращою, бо вона руйнує всяку можливість діалогу” [4, с. 301];

б) приховування інформації (замовчання або вибіркова подача матеріалу) – дозволяє приховати від широких мас частину інформації небажаної для маніпулятора;

в) вільне поводження з такими категоріями як час і місце подачі інформації. Порядок подання відомостей, час і місце їх публікації безпосередньо впливають на оцінку і засвоєння інформації;

г) відключення адресата від джерел інформації (наприклад блокування доступу до тих чи інших сайтів в Інтернеті, або відключення телевізійного сигналу

і т.п.). Успіх впливу часто залежить від того, наскільки повно вдалося ізолювати адресата від стороннього інформаційного впливу. Ідеальним варіантом ізоляції є повна відсутність альтернативних, неконтрольованих джерел інформації і думки, що можливо при повному підпорядкуванні ЗМІ владі або комерційним структурам, які є власниками тих чи інших ЗМІ;

д) прийом, який в засобах масової інформації отримав назву методу фрагментації інформації, суть даного методу полягає в тому, що інформаційний потік розбивається на окремі фрагменти, не пов'язані один з одним, в результаті чого аудиторії не вдається сформувати правильної та повноцінної картини світу. До того ж споживачі інформації не можуть зосередитися на чомусь одному, виділити основну думку з усього того, що дізналися;

ж) прийом суть, якого можна звести до формули, що “чим грандіозніше брехня, тим легше їй готові повірити”. Багаторазово повторюючи ту чи іншу неправдиву інформацію, створюється ситуація при якій публіка в неї повірила. На цьому ж методі навіювання заснована, до речі, вся реклама та помітні новини бульварних газет;

з) спотворення фактів або містифікація. У цьому випадку видається за факт подія, якої насправді не було. Наприклад, цей прийом часто використовується для обґрунтування територіальних домагань однієї держави до іншої, цей прийом завжди потрібен тоді, коли потрібно обґрунтувати ту чи іншу доктрину розвитку держави. Саме з цим прийомом зв'язаний вираз, “що історія часто виступає служницею політики”.

Завдяки використанню мультимедійних технологій віртуальний світ тісно переплітається з реальним світом. Комунікаційна система реальної віртуальності охарактеризована Л. Земляною як “система, в якій сама реальність (тобто матеріальне і символічне існування людей) повністю схоплена, повністю занурена у віртуальні образи, у вигаданий світ, в якому зовнішні відображення знаходяться не просто на екрані, через який передається досвід, але самі стають досвідом” [3]. Нова комунікаційна система, як зазначає М. Кастельс, значно послаблює символічну владу традиційних відправників повідомлень, зовнішніх по відношенню до системи, переданих через історично заковані соціальні звички. “Вони не те щоб зникають, але слабшають, якщо не кодують себе знову в новій системі, де їх влада множить електронною матеріалізацією духовно переданих звичок: електронні проповіді та інтерактивні фундаменталістські мережі. Мережева комунікація є більш ефективна, ніж вплив віддаленого харизматичного авторитету при особистих контактах” [5, с. 351].

До речі, у США в інформаційній сфері задіяно 60 % працездатного населення, а у сільському господарстві – лише 2,8 % [10, с.13-14]. Сьогодні Україна посідає 32 місце серед 198 країн світу з кількістю Інтернет-споживачів 37 % від кількості населення в країні (таблиця) [14].

Орієнтуватись у величезному обсязі інформації вкрай важко, тому що людина не завжди має можливість перевірити достовірність одержуваних відомостей. Часом їй не залишається нічого іншого, як приймати запропоновану інформацію на віру, що може сприяти формуванню уявлень, які не мають нічого спільного із справжнім станом речей. Таким чином, засоби масової комунікації в житті

сучасного суспільства часом відіграють, з одного боку, дуже важливу, а з іншого боку і небезпечну роль, коли підмінюють свою початкову функцію інформування населення на виконання завдань щодо формування певних поглядів, уявлень, думок [11].

Таблиця

Інтернет-споживачі по країнах (2014)

№ з/п	Країна	Кількість Інтернет-користувачів	% зростання за рік	Зростання Інтернет-користувачів за рік	Кількість населення	% населення з доступом до Інтернет	Частка від кількості світового населення	Частка від кількості світових Інтернет-користувачів
1	Китай	641,601,070	4%	24,021,070	1,393,783,836	46.03%	19.24%	21.97%
2	США	279,834,232	7%	17,754,869	322,583,006	86.75%	4.45%	9.58%
6	Росія	84,437,793	10%	7,494,536	142,467,651	59.27%	1.97%	2.89%
7	Німеччина	71,727,551	2%	1,525,829	82,652,256	86.78%	1.14%	2.46%
8	Нігерія	67,101,452	16%	9,365,590	178,516,904	37.59%	2.46%	2.30%
32	Україна	16,849,008	9%	1,433,455	44,941,303	37.49%	0.62%	0.58%
156	Сомалі	163,185	12%	17,090	10,805,651	1.51%	0.15%	0.01%
197	Маршалові острови	1,246	8%	92	52,772	2.36%	0.00%	0.00%

Таким чином, сучасна людина схильна одночасного перебувати під впливом друкованих та електронних ЗМІ, радіо, телебачення, і останнім десятиліття – Інтернет. Всі ці інформаційні ресурси спрямовані, насамперед на маніпулювання суспільною свідомістю.

Але засновник MIT MediaLab Ніколас Негропonte віщує, що через 30 років нас чекають великі зміни. Він констатує, що для навчання читанню ми споживали великі обсяги інформації, що проходять через очі. “Ймовірно, це дуже неефективний канал. Моє пророцтво: ми будемо ковтати інформацію. Приймаєш таблетку – і ти знаєш англійську. Другу – і знаєш Шекспіра. І зробити це можна через кров. Вона потрапляє у кров, по судинах доходить до мозку, і так як таблетка знає, що у мозку є різні зони, вона вводить інформацію в потрібну зону” [9]. Очевидно, наближається четверта епоха інформаційних змін. Людина самостійно буде визначати, яка інформація їй потрібна. Можливо, зникне поняття “суспільна свідомість” і світ перетвориться на товариство індивідуальних споживачів інформації, а в умовах глобальної держави зникнуть інформаційні конфлікти і війни. Якщо, звичайно, людство не придумає нові таблетки зла.

Вищевикладене дозволяє констатувати, що людство у своєму розвитку пододало три періоди інформаційної комунікації: міжособистісна, медійна, віртуальна і знаходиться на порозі четвертої інформаційної революції. Сучасне суспільство схильне до маніпулювання громадською свідомістю з боку різних засобів масової інформації, яка контролюється урядами різних країн, олігархами-власниками телеканалів і використовується як зброя пропаганди.

У перспективі планується розглянути більш детально позитивні і негативні тенденції сучасного етапу інформаційного суспільства.

**Література:**

1. *Гаврилов А. А.* Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества / А. А. Гаврилов // Молодой ученый. – 2012. – № 8. – С. 152–155.
2. *Душенко К. В.* Мысли, афоризмы и шутки знаменитых мужчин / К. В. Душенко. – М. : Эксмо, 2005. – 672 с.
3. *Землянова Л. М.* Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура / Л. М. Землянова // Вестник Московского университета. – 1999. – № 2. – С. 58–69. – (Серия 10 “Журналистика”).
4. *Кара-мурза С. Г.* Манипулирование сознанием / С. Г. Кара-мурза. – М., 2004. – С. 301.
5. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; [пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана]. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
6. *Кастельс М.* Россия и сетевое сообщество / М. Кастельс, Э. Киселева // Мир России. – 2000. – № 1. – С. 23–51.
7. *Кондаков Н. И.* Логический словарь-справочник / Н. И. Кондаков. – М. : Наука, 1975. – 720 с.
8. *Корытникова Н. В.* Коммуникативный процесс в информационном обществе // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна “Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи”. – Х. : Вид. центр ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2005. – № 652. – С. 57–61.
9. *Негропонте Николас.* 30-летняя история будущего / Николас Негропонте [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.ted.com/talks/nicholas\\_negroponte\\_a\\_30\\_year\\_history\\_of\\_the\\_future/transcript?language=ru](http://www.ted.com/talks/nicholas_negroponte_a_30_year_history_of_the_future/transcript?language=ru).
10. *Нестеряк Ю. В.* Державна інформаційна політика України: теоретико-методологічні засади : монографія / Ю. В. Нестеряк. – К. : НАДУ, 2014. – 292 с.
11. *Салемгареева Л. С.* СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования [Электронный ресурс] / Л. С. Салемгареева // Вестник электронных и печатных СМИ. – Вып. 2. – Режим доступа : <http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1537>.
12. *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2002. – 669 с.
13. *McLuhan M.* The medium is the message / М. McLuhan. – N.Y. : Springer, 1967. – P. 87-89.
14. Internet Users by Country (2014) [Электронный ресурс] // Source: Internet Live Stats. Elaboration of data by International Telecommunication Union (ITU), United Nations Population Division, Internet & Mobile Association of India (IAMAI), World Bank. – Режим доступа : <http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country/>

*Надійшла до редколегії 27.04.2015 р.*