

Теоретична ідентифікація терміна «інформаційна політика» (на прикладі Російської Федерації)



Анжеліка АКАЙОМОВА,
доцент кафедри маркетингу Української академії бізнесу
та підприємництва (Київ)

2

Основну мету політичної комунікації можна визначити як досягнення в суспільстві гуманної рівноваги між свободою і контролем, зумовлене відповідальним ставленням до використання інформації на благо соціальної згоди.

Змістовне наповнення політична комунікація знаходить в інформаційній політиці, тому логіка наукового пізнання потребує теоретичної ідентифікації терміна «інформаційна політика». Це становить певну складність, бо на практиці трапляються різні тлумачення цього поняття. Передовсім слід уточнити суб'єкти інформаційної політики і на цій основі диференціювати інформаційну політику держави та інформаційну політику окремо взятого ЗМІ. Ці поняття не тотожні, але й водночас не вступають у змістову суперечність.

Найпоширенішими визначеннями терміна «політика» є «мистецтво управління державою» [7] або сфера діяльності держави, «пов'язана з відносинами між класами, націями та іншими соціальними групами, суттю якої є визначення форм, завдань, змісту діяльності держави» [1]. У цих визначеннях акцент робиться на діяльності держави, державній владі. Деякі сучасні вчені-політологи вважають, що політика є особливою сферою життєдіяльності людей, пов'язаних із владними відносинами, з державою й державним устроєм, соціальними інститутами, функціонування і дія яких ведеться відповідно до законів, принципів і норм. Вона покликана гарантувати життєздатність громадян, різних співтовариств людей, реалізацію їхньої спільної волі, інтересів і потреб [4].

Спираючись на визнання «четвертої влади», або «інформаційної влади», як влади реальної, а також на наукове розуміння терміна «влада» (здатність і можливість визначально впливати на діяльність і поведінку людей за допомогою певних засобів: волі, авторитету, насильства тощо, влада – це також і політичне панування [1]), можна стверджувати, що інформаційна політика – це здатність і можливість суб'єктів політики впливати на свідомість, психіку людей, їхню поведінку і діяльність на користь держави і громадянського суспільства за допомогою інформації.

За визначенням В. Халіпова, інформаційна політика – це «система сучасних заходів, спрямованих на розвиток процесів формування, перетворення, зберігання, передачі й використання всіх видів інформації, ефективного розв'язання проблем створення, впровадження і використання засобів комп'ютерної і інформаційної техніки, засобів зв'язку і технічних носіїв запису, а також комплексного використання інформаційних систем в управлінській діяльності» [10].

Інформаційній політиці можна дати й інше визначення: це – особлива сфера життєдіяльності людей (політиків, учених-аналітиків, журналістів, слухачів, читачів тощо), пов'язана з відтворенням і поширенням

інформації, яка задовольняє інтереси держави і громадянського суспільства та спрямована на забезпечення творчого, конструктивного діалогу між ними та їхніми представниками. У формуванні інформаційної політики важлива роль належить ЗМІ. Інформація, поширювана каналами ЗМІ, як вважають деякі зарубіжні автори, має вплив на населення за трьома напрямками: «дає їм можливість стежити за тим, що відбувається в світі», «розподіляє основні політичні питання за мірою важливості» та «формує політичні уподобання людей» [13].

Маючи широкий діапазон визначень інформаційної політики, дещо обґрунтованіше трактувати її як «інформаціологію ЗМІ», що розглядає, як ЗМІ формують «ідеологічні, політичні, економічні та інші погляди, думки, знання і оцінки, що впливають на побут, дозвілля, культуру, поведінку і на всі сфери життя людей» [11]. У ЗМІ «слово, як одна з форм інформації, набуло змісту могутнього засобу, за допомогою якого, впливаючи на свідомість, можна позитивно або негативно впливати на стан і здоров'я людей» [11].

Заслуговує уваги думка Є. Прохорова, котрий під «державною інформаційною політикою» розуміє «державну політику у сфері ЗМІ», тобто «закріплення вимог» «демократичного інформаційного порядку» у законодавчих актах і діяльності державних органів управління. У змістовому наповненні терміна Є. Прохоров спирався на положення Федерального закону Росії «Про інформацію, інформатизацію та захист інформації» (ст. 3), з якого випливає, що державна політика у сфері інформації визначається як «створення умов для ефективного та якісного інформаційного забезпечення вирішення стратегічних і оперативних завдань соціального і економічного розвитку Російської Федерації» [6].

Під інформаційною політикою видання Є. Прохоров пропонує розглядати «ідейно-творчу концепцію», «спрямування» кожного конкретного ЗМІ, яке «визначається соціальною позицією і втілюється в сукупності прийнятих форм реалізації програми», оскільки «сам добір фактів

містить визнання їх значущості для програми реалізації на пряму і визначеної нею інформаційної політики. Повідомлення фактів уже самим своїм характером (додомом деталей, порядком викладу, лексикою тощо) неминуче видає, навіть якщо журналіст не зізнається в цьому сам собі, його соціальну позицію» [6, с. 282–285]. Як стверджує дослідник, «результатом творчої діяльності в журналістиці є той чи інший вплив на аудиторію, на масову свідомість і поведінку, бо в результаті «споживання» пропонованої журналістикою інформації в свідомості аудиторії формується певний образ світу, система настанов, спрямованість волі» [6, с. 286].

Отже, можна акцентувати на корінному зв'язку між інформаційною політикою ЗМІ й цілеспрямованим формуванням масової свідомості. Як показує практика, ЗМІ не завжди ставляться до формування своєї інформаційної політики з належною мірою відповідальності. Численні дослідження М. Маккоумза, Д. Шоу, Е. Роджерса та інших учених свідчать: розглядаючи певний набір проблем та організовуючи громадську дискусію або ж впливаючи на умонастрої громадян, ЗМІ далеко не завжди прагнуть відображати інтереси суспільства й давати людям об'єктивну інформацію. Цим зумовлена потреба держави й суспільства впливати на їхню інформаційну діяльність, обстоювати через ЗМІ власні пріоритети в порушенні й тлумаченні політичних проблем. Як наголосив Б. Макнайр, «те, що хоче сказати політичний діяч, не обов'язково відбивається в тому, що говорять ЗМІ» [3]. Не обов'язково і не завжди відображається там і думка громадськості. Така автономність політичної позиції ЗМІ створює труднощі як для еліти, так і громадських структур, що не можуть добитися однозначного контролю над цим інструментом. Тому інтерес до виступів ЗМІ завжди залежить від контексту та позицій правлячих кіл і громадськості з того або іншого питання. Найбільш постійними об'єктами для ЗМІ слід вважати політиків, для яких масова інформація є найважливішою умовою їхньої професійної діяльності. Для пересічних громадян ЗМІ перетворилися на надзвичайно ефективного посередника у відносинах населення і влади. Завдяки певній відвертості, оперативності у формулюванні оцінок і позицій, широким можливостям відображати інтереси і сподівання найрізноманітніших груп і верств населення ЗМІ могли б істотно впливати на політичну гру і навіть модифікувати її правила, формувати нові відносини між верхами та низами.

Відома російська дослідниця сучасних ЗМІ Л. Реснянська зауважує, що «теперішній час констатує зміну характеристик самої системи ЗМІ і якісних особливостей влади, які утворюються під впливом інформаційного вибуху. Системні властивості сучасних ЗМІ визначаються шістьма принципами їхнього функціонування. Це інтерактивність, мобільність, оборотність, взаємна сумісність, повсюдність і глобальність. Інтерактивність і мобільність збільшують швидкість поширення інформації та інформаційних обмінів. Оборотність, або конвертованість, відображає здатність передавати інформацію від одного ЗМІ до іншого. Взаємна сумісність проявляється в мультимедійних процесах, об'єднаних різними каналами й засобами зв'язку. Повсюдність – у розповсюдженні ЗМІ по всьому світу та серед різних соціальних груп. Глобальність – у перетині інформацією будь-яких державних кордонів» [8]. Ці принципи в парадигмі радикально змінної комунікації Е. Тоффлера вказують «на повну трансформацію не тільки у тих способах, якими ми посилаємо повідомлення одне одному, а й у тому, як ми думаємо, якими ми бачимо себе в цьому світі й, отже, яке наше ставлення до різних урядів. Узяті разом вони означають, що для урядів – чи революціонерів, які протистоять їм, – стає неможливим керувати ідеями, образами, даними, інформацією або знаннями, як це вони робили раніше» [9].

Зважаючи на висновки вчених, можна стверджувати: в умовах тотальної інформатизації суспільства значно зростає роль науково обґрунтованої, адекватної

запитам часу державної інформаційної політики, покликаної збалансовано задовольняти і захищати інформаційні інтереси держави, громадянського суспільства загалом і кожної особи окремо. Офіційна державна інформаційна політика знайшла віддзеркалення у прийнятій 2000 року Доктрині інформаційної безпеки Російської Федерації, в якій важливою «складовою національних інтересів Російської Федерації в інформаційній сфері» названо «інформаційне забезпечення державної політики Російської Федерації, пов'язане з доведенням до російської і міжнародної громадськості достовірної інформації про державну політику Російської Федерації, її офіційну позицію щодо соціально значущих подій російського і міжнародного життя, із забезпеченням доступу громадян до відкритих державних інформаційних ресурсів» [2]. Далі сказано, що для вирішення цих завдань потрібно «зміцнювати державні засоби масової інформації, розширювати їхні можливості щодо своєчасного доведення достовірної інформації російським та іноземним громадянам; інтенсифікувати формування відкритих державних інформаційних ресурсів, підвищити ефективність їх господарського використання» [2].

Як бачимо, у доктрині прямо вказано, що найважливішим провідником державної інформаційної політики є державні ЗМІ. І хоча ставлення до місця й ролі державних ЗМІ в демократичному суспільстві теоретиків журналістики неоднозначне, в Російській Федерації починаючи з 2000 року намітилася тенденція «одержавлення» ЗМІ.

На початку XXI століття офіційна російська влада мала в розпорядженні певний великий значний арсенал ЗМІ. У лютому 2010 року в її руках перебував державний медіа-холдинг, створений на базі ВДТРК. Це – телеканали «Россия», «Культура», радіо «Россия», «Маяк», близько 100 дочірніх підприємств ВДТРК у регіонах, 110 регіональних телерадіоцентрів на місцях, Первый канал (51 відсоток акцій), «Российская газета», «Парламентская газета», журнал «Российская Федерация сегодня», інформаційне агентство ИТАР-ТАСС. Перелічені ЗМІ забезпечують інформаційну підтримку російської влади, підкріплюють виконання Управлінням прес-служби та інформації Президента РФ своїх завдань і функцій. Більшість регіональних видань, окрім згаданих загальноросійських ЗМІ, засновано місцевими структурами виконавчої або законодавчої влади. Зростає кількість унітарних інформаційних підприємств, тобто тих, які перебувають у власності держави.

На кінець 2010 року під державним контролем перебували практично всі провідні телеканали, які здійснюють інформаційне мовлення, – Первый канал, «Россия», «Звезда», «Мир», ТВЦ (належить уряду Москви), НТВ (через акціонерне товариство з участю держави), а також «Культура» і «Спорт». РЕН-ТВ – єдина приватна компанія, яка має власні інформаційні та аналітичні програми, поки що користується свободою. Сучасні стандарти російського інформаційного мовлення віце-президент Академії російського телебачення В. Познер прокоментував так: «Вочевидь, на федеральних каналах інформація сильно фільтрується, контролюється. Всі знають, що є речі, про які говорити не можна, і є речі, які казати не можна. Щодо людей, яких запрошувати в ефір не можна» [5]. Тобто чітко простежується тенденція звуження поля свободи інформації в державних ЗМІ. Якщо в радянський період ЗМІ були підручними партії, то тепер вони стають рупорами влади.


Проте й численна недержавна преса далеко не завжди проводить незаангажовану інформаційну політику. «Засоби масової інформації, хоча й «у вільному польоті», насправді частіше є залежними й нерідко використовуються для банального вирішення конфліктних питань – як майнових, так і політичних, – наголосив в інтерв'ю газеті «Труд» начальник Управління зв'язків із громадськістю та взаємодії зі ЗМІ апарату Державної Думи Ю. Шувалов. – Безперечно, і



бізнес, і влада повинні вільно висловлювати й обстоювати свої позиції – це нормальний стан розвинутого громадянського суспільства. Проте «з'ясування стосунків» нерідко ведеться з використанням «чорних технологій», недостовірної, а то й свідомо перекрученої інформації. За кожну таку «журналістику» слід нести відповідальність» [12].

Завершуючи огляд концептуальних підходів до взаємин державної влади і ЗМІ, можна дійти висновку: в умовах перехідного періоду, який характеризується неміцністю державних структур, недостатньо розвиненим інститутом громадянського суспільства, відсталим виробництвом і низьким рівнем життя значної частини населення, вести мову про повне взаєморозуміння владних органів і мас-медіа передчасно.

Водночас ЗМІ, відображаючи постійний, інколи напружений діалог між владою і суспільством, покликані пропагувати курс реформ, що проводяться. У свою чергу, влада, яка здійснює політичні й економічні реформи, аби мати додатковий кредит довіри суспільства, не може не використовувати «владу впливу» ЗМІ для пропаганди цілей і завдань курсу, який проводиться, роз'яснюючи послідовність першочергових і подальших кроків, пояснюючи причини невиконання планів і програм.

Тож двоїсте становище преси в перехідний період змушує ЗМІ йти на компроміси. А для влади в цих умовах украй необхідно мати хороший контакт із ЗМІ, шукати нові ефективні форми взаємодії з ними. 

Джерела

1. Большой энциклопедический словарь. – СПб., 2000. – С. 76.
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Российская газета. – 2000. – 28 сентября.
3. Макнайр Б. Власть, выгода, коррупция и ложь // Pro et contra. – 2000. – Т. 5, № 4.
4. Общая и прикладная политология / Под ред. В. И. Жукова, Б. И. Краснова. – М., 1997.
5. Познер В. Эхо Москвы // Передачи // Особое мнение // 2008. – 29 апреля.
6. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. – М., 2003. – С. 213.
7. Словарь иностранных слов. – М., 1988. – С. 168.
8. СМИ и политика: Учебное пособие под ред. Л. Л. Реснянской. – М., 2007. – С. 44.
9. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М., 2001. – С. 434–441.
10. Халипов В. Ф. Власть. Основы кратологии. – М., 1996. – С. 220.
11. Юзвизин И. И. Основы информациологии. – М., 2000.
12. Юрьев В. Дума приглашает журналистов. Интервью с Ю. Е. Шуваловым // Труд. – 2004. – 19 марта.
13. Norris P., Curtice J., Sanders D., Scammel M., Semetko H. On Message. Communicating the campaign. – London, 1999. – P. 9.

4



Оксана БІЛОЗІР,
народний депутат України

Зміст правового статусу діаспори за національним законодавством

Діаспора є багатограним явищем, а тому різні її аспекти одночасно цікавлять етнографічну, політологічну та правову науки. Але якщо етнографи та політологи вивчають насамперед етнічні ознаки діаспори, її соціально-економічну й політичну роль, здатність до самоорганізації тощо, то з юридичного погляду важливий саме правовий статус представників діаспори, його правове наповнення.

Слід зважати на те, що одна частина діаспори може складатися з громадян інших держав, друга – з осіб без громадянства й тих, котрі тимчасово проживають за кордоном, але при цьому всі вони визнають себе частиною народу країни свого походження. Відповідно, і взаємодія держави з різними частинами її діаспори будується по-різному, що знаходить відображення в нормах права.

Нині Україна визнає свою діаспору, тобто всю сукупність закордонних українців, «невід'ємною частиною світової української спільноти» [5, п. 2], проте та-

кий статус не є для них автоматичним. Це впливає з національного законодавства та міжнародно-правових зобов'язань України. Зокрема, деякі аспекти статусу закордонного українства знайшли відображення в Конституції України, Декларації про державний суверенітет, Декларації прав національностей України, Законі «Про правовий статус закордонних українців», указах Президента України «Про схвалення Національної концепції співпраці із закордонними українцями» та «Про утворення Національної комісії з питань закордонних українців», міжнародних актах: