

УДК 321 (427)

Ігор Дацків, Оксана Ляшенко

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ СУСПІЛЬСТВА І ВЛАДИ

У статті розглядаються найважливіші напрямки інформаційної політики держави в аспекті їх впливу на реформування різноманітних сфер життя суспільства: сфери управління суспільством, інформатизації, інформаційних технологій і їх ролі в політичному процесі, місце і ролі засобів масової інформації на процес реформування, а також значення інформаційної безпеки.

Ключові слова: інформація, інформаційна політика, інформаційні технології, інформаційний простір, засоби масової інформації.

Починаючи з другої половини ХХ ст. динаміку суспільно-політичного життя людства значною мірою визначає інформаційний розвиток. Глобальні структурно-функціональні зрушення, що пов'язані з його утвердженням в сучасному світі, зумовлюють поширення інформації на всі сфери життєдіяльності сучасної України. У рамках інформаційного суспільства формується так званий соціальний інтелект, який реалізується через інформаційне поле, утворене засобами масової інформації та комунікації. Поряд з цим формується нова соціальна верства, основу якої становлять фахівці, котрі володіють комп'ютерними технологіями, формують інтелектуальний ринок, продукують обмін ідеями та інформацією. Все це забезпечує безперервну циркуляцію нового інтелектуального спілкування у просторі культури, виробництва та суспільного життя.

Мета статті полягає в обґрунтуванні найбільш ефективних способів використання інформаційного ресурсу в реформуванні суспільства, місця і ролі інформаційної політики держави в цій галузі. Реалізація поставленої мети обумовлює необхідність вирішення таких завдань: визначити концептуальні основи інформаційної політики держави; виявити проблеми взаємодії суспільства і влади, з'ясувати їх можливості і перспективи щодо формування цілісної суспільно корисної інформаційної політики; визначити основні напрями забезпечення політичного процесу шляхом застосування нових інформаційних технологій.

Проблемі взаємодії суспільства і влади у сфері інформаційної політики присвячували свої дослідження українські та зарубіжні науковці різних періодів. Серед них доречно відзначити таких, як І. Арістова [1], Ю. Бондар [2], О. Дубас [3], Ю. Мосенко [4], А. Мураховський [5], Г. Несвіт [6], Д. Мак-Квейл [7] та інші.

Поширення інформаційно-комунікативних технологій ставить перед сучасними державами низку актуальних проблем політичного, правового, гуманітарного характеру. Йдеться про побудову системи міжнародних відносин у нових умовах інформаційної прозорості державних кордонів. Актуальною стає розробка раціональної державної політики щодо світових інформаційних і телекомунікативних мереж з огляду на необхідність захисту національних інформаційних ресурсів й інформаційної інфраструктури. Чітких обрисів набуває проблема використання інформаційних технологій як інформаційної зброї, подолання загрози інформаційного тероризму. Відтак варто зауважити, що від готовності сприймати та адаптувати нові техногенні впливи залежить характер цивілізації майбутнього і розвиток окремих соціумів.

Суспільство будь-якого типу, крім засадових інтересів, підтримується складною системою прав і обов'язків його членів, які й визначають внутрішню основу суспільства – його інституційну структуру, зміст консенсусних підвалин та усталені традиції політичної культури. Для інформаційного суспільства характерним є зростання значущості прав на доступ до інформації, на захист від небажаної інформації, на інформаційне і консультаційне обслуговування. Загальноновизнаними виступають обов'язки державної влади, що доповнюють основні обов'язки забезпечення життєдіяльності усіх найважливіших суспільних сфер. Для державної влади як соціального інституту певного значення набувають три типи обов'язків: забезпечувати доступ до тієї чи іншої інформації; синтезувати і презентувати інформацію, що має суспільний інтерес; сприяти розвитку інформаційної сфери у країні.

Факт повної і достовірної інформації, її ефективне використання є необхідною умовою сталого розвитку економічної та соціальної сфер, держави й суспільства. Дедалі все більше стає зрозумілим, що в інформаційному суспільстві, з одного боку, організації будь-якого типу, надаючи доступну, прозору інформацію, підтримують загальносуспільну та власну безпеку, забезпечуючи «критичну масу» інформаційного поля. З іншого боку, у сучасному світі державна інформаційна політика все більше впливає на життєдіяльність країни. Таким чином, саме вона має визначально впливати на стратегію становлення демократичного інформаційного суспільства в Україні й повноцінну інтеграцію країни у європейський та світовий інформаційний простір.

Інформаційна політика має забезпечувати взаєморозуміння і взаємодію влади та суспільства через засоби масової інформації і громадські зв'язки, координацію висвітлення діяльності органів влади, захист свободи слова, задоволення інформаційних потреб особи і суспільства, формування високої інформаційної культури громадян [8, с. 4–5]. До основних напрямів державної політики в інформатизації суспільства і забезпеченні інформаційної безпеки можна віднести: обов'язкове здійснення Національної програми інформатизації як бази забезпечення інформаційної безпеки; вжиття комплексу заходів щодо захисту національного інформаційного простору та входження України у світовий інформаційний простір; виявлення та усунення причин інформаційної дискримінації України на світовому інформаційному ринку, негативних чинників порушення національного інформаційного простору та інформаційної експансії з боку інших держав; створення достатніх обсягів національних інформаційних ресурсів; уніфікація засобів пошуку, збирання, збереження, обробки та аналізу інформації; розробка відповідної і нормативної бази інформаційної сфери; розвиток вітчизняної індустрії телекомунікаційних та інформаційних засобів, їх пріоритетне, порівняно із зарубіжними аналогами, розповсюдження на внутрішньому ринку; організація захисту державних інформаційних ресурсів [9, с. 139].

Розвиток інформаційної сфери неминуче справлятиме вплив на формування внутрішньої політики держави, приводитиме до необхідності постійної зміни і пристосування існуючих державних і суспільних інститутів до інформаційно-зумовлених інновацій. Зростання кількості учасників політичних процесів, необхідність більш ретельного, з огляду на збільшення кількості зацікавлених сторін, узгодження суспільно і владно значущих рішень, потребує кардинальної зміни стилю політичної діяльності. Суттєвою особливістю інформаційного суспільства є те, що нові інформаційні й комунікативні технології дають можливість розширити пасивні та активні права громадян шляхом надання доступу до різноманітної інформації про діяльність соціальних, громадських та владних структур, збільшення ступеня участі громадян у прийнятті політичних рішень, розширення контролю за діяльністю державної влади. Надання можливостей активного продукування інформації, а не тільки її споживання є шляхом до подолання ідеологічних, популістських та інших маніпуляцій масовою свідомістю. Отже, розширення інформатизації загалом сприятиме підвищенню ефективності механізмів безпосередньої демократії [10, с. 125].

Одночасно з інституційними перетвореннями для України важливим завданням стає необхідність вироблення адекватного сприйняття інформації, поглиблення політичної соціалізації, у процесі якої людина засвоює культурні цінності та орієнтири, які ведуть до формування у неї відповідних якостей і властивостей, що дає змогу орієнтуватися у політичній системі, засвоювати динаміку інформаційного розвитку. Демократичні реформи, спрямовані на становлення й розвиток громадянського суспільства і державної влади нового типу, можуть здійснюватися послідовно й динамічно тільки тоді, коли методи їх здійснення мають інформаційно-відкритий характер [11, с. 155–158].

Українське суспільство, що ще порівняно недавно було виключене із світових обширів вільного поширення інформації, є надзвичайно вразливим до використання технологій інформаційних впливів. На думку О. Литвиненка, зазначену небезпеку підживлюють такі чинники: присутність напівтрадиційних сегментів у суспільному структуруванні (відносини «патрон – клієнт», «тіньовизація» політики, розмивання формальних процедур ухвалення рішень); відсутність загально визнаних моральних засад функціонування суспільства, в тому числі виправдання насильства як засобу боротьби з політичними опонентами; транзитивність сучасної пострадянської інформаційної сфери, пов'язана з адаптацією іноземного продукту, а не зі створенням власного; відсутність усталених вітчизняних суспільствознавчих традицій, домінування у масовій свідомості афективно-емоційних чинників [12, с. 44–47].

Загалом, опанування інформаційних потоків, забезпечення вільного доступу до інформації та можливостей щодо її поширення, сприяння адекватності відображення суспільних реалій є суттєвим стабілізаційним чинником у процесі економічного, правового та суспільно-політичного поступу українського суспільства.

Історії відомо немало ситуацій, коли під безпосереднім впливом поширеної ЗМІ інформації (дезінформації) владні структури, відповідальні посадові особи змінювали свою позицію, приймали серйозні політичні рішення. В умовах інформаційного суспільства аналіз проблеми боротьби за владу «зміщується від традиційної постановки питання про владу і власність на засоби матеріального виробництва у площину боротьби за владу і власність на засоби виробництва громадянської думки». А це, у свою чергу, «диктує необхідність перегляду усталеного поняття «четверта влада» і трактовки його вже не стільки в алегоричному, скільки в констатуючому сенсі» [13, с. 105].

В ідеалі ж ЗМІ повинні відігравати роль комунікативного засобу та бути зв'язуючою ланкою між громадянським суспільством та державою. До такого ідеалу Україні ще далеко. На жаль, владна верхівка не розуміє, що, відмовляючись від будівництва громадянського суспільства, вона тим

самим руйнує Українську державу. А в слабкій державі за відсутності розвиненого громадянського суспільства ЗМІ теж не можуть бути сильними, оскільки держава таких просто не потребує, а суспільство не здатне робити будь-які запити [14, с. 14].

Проблема зв'язку особи, ЗМІ та влади має різні виміри. Життя людини органічно вплетене у складну тканину інформаційних, соціально-економічних, фінансових та інших соціальних відносин. Головне завдання влади – підпорядкування людей своїй волі, а ЗМІ володіють потужними можливостями впливу на їх свідомість і поведінку, це дає достатні підстави розглядати ЗМІ як «четверту владу» (поряд із законодавчою, виконавчою та судовою). Нерідко при вживанні цього терміна використовують лапки, ніби наголошуючи, що засоби масової інформації одночасно і влада, і «не зовсім влада». Підставою для цього є те, що законодавча, виконавча, судова гілки влади можуть використовувати засоби примусу, не ігноруючи, звичайно, і засоби заохочення до виконання владних вимог. ЗМІ позбавлені такої можливості. Лише переконливість, привабливість, щирість аргументації повертає на їх бік прихильників та послідовників. Якщо влада діє за допомогою авторитету сили, то ЗМІ – силою авторитету [15, с. 52].

Сьогодні мас-медіа визначають рівень суспільної уваги майже до будь-якого виду діяльності. ЗМІ, можливо, і не добиваються великого успіху в тому, щоб розтлумачити людям, що думати, але вони досить успішно розтлумачують їм, про що думати і про що не думати. Мас-медіа формують у нашій свідомості образ реальності, акцентуючи одні її фрагменти і залишаючи без уваги інші. Автори телепрограм впевнено вирішують за нас, які події є важливішими, кого варто вважати «героєм дня» або «людиною тижня» [16, с. 67]. До мас-медіа ставляться по-різному. Проте навіть ті, хто незадоволений засобами масової інформації, не можуть дозволити собі такої розкоші, як їх ігнорування [17, с. 12].

Не раз коригуючий вплив ЗМІ стосується перегляду здійснюваних кроків. Змусити владні структури відмовитися від їх задумів важко, але ще важче протидіяти зробленому. Відомі непоодинокі випадки, коли наполегливість, принциповість ЗМІ змушували відступати навіть вельми авторитетні владні органи. Інформація в сучасних умовах, на думку Ф. Ферраротті, набуває соціально спрямованого характеру й покликана: «1) захистити громадські ініціативи від деструктивного впливу бюрократії; 2) гарантувати ефективність «тиску низів» не шляхом гасел чи емоційних вибухів, що швидко вщухають, а через створення локальних автономних інституцій, які забезпечують участь простих людей у процесі соціальної трансформації; 3) забезпечувати такі умови, щоб політичні рішення та зміни збігалися зі сподіваннями громадян і вони могли контролювати час та ритми соціальних перетворень, уникаючи авторитарних і патерналістських тенденцій» [18, с. 16–17].

Корекція намірів та реальних дій влади під впливом ЗМІ свідчать, що вони є реальною суспільною силою. Водночас дієвість їх виступів залежить від здатності влади адекватно сприймати критичні зауваження, реагувати на них. В іншому разі громадське невдоволення може досягти «критичної маси», коли неминучо стає уже не корекція намірів чи дій, а зміна політичної влади (наприклад, під час парламентських, президентських виборів). У країнах із сталими демократичними, парламентськими традиціями на виборах щоразу вирішується питання, чи збереже правляча партія більшість у парламенті й право формувати уряд, чи поступиться опозиційній партії? Підсумки протистояння правлячої та опозиційної партій значною мірою залежать від підтримки ЗМІ, їх впливу на настрої електорату. Ось чому на сьогодні одним із головних елементів успішної діяльності державних органів, політичних партій, підприємницьких та інших організацій, є розробка розгорнутої програми зв'язків із засобами інформації [19, с. 342]. Впливаючи на владу, формування громадської думки, ЗМІ є важливим інструментом соціального управління. Їх роль особливо залежить від умов діяльності існуючого політичного режиму.

Засоби масової інформації в умовах демократизації українського суспільства виконують роль зв'язуючої ланки щодо взаємодії суспільства і влади. З огляду на це, варто розглянути суспільні функції ЗМІ в контексті інформаційного розвитку України. За умов адекватного потребам конкретного соціуму забезпечення, зазначені функції відіграють значну роль у гармонізації держави і громадянського суспільства. До таких функцій, зокрема, відносяться: просвітницька, аксіологічна, контрольна-критична, зворотного зв'язку, комунікативна [10, с. 130–132].

Розповсюдження електронних засобів зв'язку, супутникового і кабельного телебачення, відеотехніки, Інтернету ставить сучасну людину в залежність від комунікаційної мережі. Практика свідчить, що «аудіовізуальна комунікація стає фактом життя людини, а світ, який створюється нею з претензією на реальність, здатний конкурувати з дійсністю» [20, с. 132].

Як відзначав Л. Туроу, «засоби масової інформації стають світською релігією, яка значною мірою заміняє загальну історію, національну культуру, істинну релігію, сім'ю і друзів в якості головної сили, що створює наше уявлення про дійсність» [21, с. 220]. Дослідники звертають увагу на те, що під впливом електронних ЗМІ політика «перетворилась в медіапроцес, паралельно

викликавши зміни в процесі комунікації, що органічно поєдналися з віртуалізацією політичного простору, створенням гіперреальності та іншими важливими механізмами підтримки конкуренції за державну владу» [22, с. 7].

У наші дні будь-яка політика зводиться до рівня засобів інформації. З цього приводу можна навести думку М. Кастельса: «Залежність від мови засобів інформації, які мають електронну основу, приводять до далекосяжних наслідків для характеристик, організації і цілей політичних процесів, політичних діячів і політичних інститутів» [23, с. 503]. Тому ті політики, які не хочуть рахуватися з новою реальністю, ризикують програти єдиноборство зі ЗМІ. Політичного лідерства добивається той, хто за допомогою ЗМІ здатний краще інших переконати громадян у тому, що саме він може принести користь суспільству. На думку американського політолога Дж. Бріанта, демократія – це політична сила, яка винагороджує комунікативну силу точно так же, як свого часу первісні системи винагороджували фізичну силу [24, с. 83]. Аналізуючи проблеми політичної комунікації, американський вчений Р.-Х. Чілкот зазначає, що комунікація пронизує людські відносини, є «павутиною людського суспільства», що створює основу для організованого встановлення в суспільстві владних відносин [25, с. 256].

Рівень інформаційно-політичного розвитку в Україні особливо виразно проявляється в ролі ЗМІ у виборчих кампаніях, хоч ця роль не однозначна. Не підлягає сумніву, що вплив засобів масової інформації на суб'єкти й учасників виборчої кампанії є надзвичайно великим, часто навіть вирішальним. Від ЗМІ значною мірою залежить рівень свідомої оцінки виборцем конкуруючих партій і кандидатів. Відомо, що чим більшою є кількість виборців з неусталеними політичними позиціями, тим значнішим є вплив на них засобів масової інформації. Для більшості виборців засоби масової інформації стають найпотужнішим джерелом інформації про політичні партії, виборчі блоки партій, кандидатів у народні депутати, про перипетії виборчого процесу тощо.

ЗМІ в ряді випадків відіграють визначальну роль у створенні позитивного образу кандидата в депутати та впливу на вибір населення. ЗМІ є однією з передумов «прозорості» виборчого процесу. Однак поки що українські ЗМІ не можуть проявитися в цьому плані. Вони зазнають втручання у свою діяльність органів державної влади та груп впливу. Органи державної влади не надають ЗМІ обов'язкової для оприлюднення інформації, здійснюючи тиск і пряме втручання в журналістську діяльність з метою впливу на передвиборний процес, формування негативного або позитивного іміджу певних кандидатів, створення нерівних агітаційних умов. У результаті наші ЗМІ поки що не відіграють належної ролі в забезпеченні об'єктивності висвітлення виборного процесу. До цього часу вони не повною мірою забезпечували виборців інформацією для усвідомленого вибору. Під час виборів інформаційне поле часто стає своєрідним полем бою, де сходяться різноманітні групи інтересів як політичних сил, так і виборців і власне ЗМІ. Якщо говорити про ЗМІ, то кожен з них зацікавлений у зростанні популярності, тиражу чи аудиторії. Натомість виборці часто висловлюють незадоволення наповненням шпальт періодичних видань чи ефіру «інформаційним галасом» виборчих проблем. Це при тому, що існує брак об'єктивності й справді потрібної людям інформації.

Слід також зазначити, що у виборчих кампаніях поза контролем залишається агітація через ЗМІ близького зарубіжжя. Варто зважити і на моральний бік справи. Застосування «брудних» технологій і залучення до них значної частини журналістського загалу підривають основні засади «четвертої влади» демократичного суспільства. Підкуп та силовий тиск на ЗМІ, їх використання у розробці замовних матеріалів, фальшивок, анонімних публікацій, прихованої агітації тощо фактично депрофесіоналізують журналістів, перешкоджають використанню ними своєї основної суспільної функції – надання об'єктивної правдивої інформації. Така ситуація особливо небезпечна для українського суспільства, яке лише тепер позбавляється спадщини тоталітаризму та формує нові засади демократичного розвитку [10, с. 136].

Процеси децентралізації влади й економіки, які розпочалися ще за існування Радянського Союзу, справили вплив і на інформаційну сферу суспільства. Якщо у перший рік незалежності України московські (колишні союзні) та київські (колишні республіканські) видання разом контролювали 64,2 % читацького загалу, то з часом ситуація змінилася діаметрально: контрольний пакет «четвертої влади» перейшов до регіональних та місцевих (обласних, міських та районних) засобів масової інформації. Певною мірою це негативно вплинуло на процеси формування державницької свідомості у громадян України. Тим часом об'єктивно формувати таку свідомість в українському суспільстві покликані саме центральні, київські видання, що мають у ході висвітлення подій враховувати насамперед загальнодержавні інтереси [26, с. 130–131].

Великою проблемою є зниження рівня використання української мови в ЗМІ, що є тривожним для її майбутнього, бо, як відомо, мова тоді живе, коли вона є засобом комунікації. В Україні є також проблеми з розповсюдженням телевізійної інформації. Коли говорити про політико-правову площину права розповсюдити і отримати телевізійну інформацію в Україні, то тут є зовнішня і внутрішня сторони. Зовнішню становить діюче законодавство, яке регулює діяльність електронних

засобів масової інформації. Внутрішня – це власне політика самого телебачення. Як правило, на провідних світових телекомпаніях вона викладена у формі директив, які визначають генеральну лінію компанії відносно надання інформації, ефірного часу різним політичним партіям, ведення передвиборної кампанії, етики журналіста і т. ін. [27, с. 52].

Також, є проблеми з якістю продукції ЗМІ та професіоналізмом журналістів. Немає сумніву, людям треба дивитися і загальнополітичні програми, читати звичайні газети. Люди самі за власним бажанням роблять цей вибір: беруть до рук саме те видання, включають саме той канал, які їм більш до вподоби. Потрібно привертати до себе свого споживача, утримувати його біля своїх екранів чи шпальт незримими біополями поваги та симпатії. Як це зробити? Перше: потрібно робити місцеві матеріали. Друге – робити теплі, добрі матеріали. Треба на всіх етапах підготовки матеріалів дбати про людей, для яких вони робляться. Потрібно звернутися до того, що є найдорожчим, найчутливішим у людському серці. Це: родина, любов, здоров'я, процвітання, прибутки, успіх у житті, забезпечена старість, – коротше, матеріальний бік справи. Глядач або читач любить розвиток тем у часі. Нарешті, починаючи, а особливо закінчуючи передачі, не скупитися на посмішку та добру пораду, закликає журналістів їх колега В. Владимиров [28, с. 49–51; 29, с. 144].

Основні орієнтації державної інформаційної політики знайшли своє відображення в цілому ряді законів та у проекті «Концепції національної інформаційної політики». Структурно концепція побудована за розділами, які присвячені всім основним складовим інформаційної сфери: ЗМІ, новітнім інформаційним технологіям, видавничій, музейній, архівній і бібліотечній справам, кінематографії, рекламній, виставочній та науково-просвітницькій діяльності. Окремий розділ присвячено засадам інформаційної безпеки. Розробка даної концепції зумовлена цілим комплексом проблем становлення державних інститутів розвитку суспільства в Україні. До таких проблем, зокрема, підсумовуючи зазначене, попередньо можна віднести: недостатні обсяги фінансування неприбуткових сфер функціонування суспільно корисної інформації; низький рівень якісного програмного наповнення телерадіоканалів; криза вітчизняного виробництва засобів телебачення і радіомовлення; перетікання кваліфікованих кадрів з державних у недержавні телерадіокомпанії, не «пов'язані» морально-суспільними критеріями діяльності; неконструктивний характер діяльності державних інститутів щодо розвитку національної інформаційної сфери; відсутність цілеспрямованої державної політики щодо утвердження позитивного іміджу України в сучасному світі; недостатнє врахування досвіду розвинених країн світу щодо інформаційного забезпечення національно-державних інтересів та ін. [10, с. 139]. Загалом прийняття та реалізація концепції національної інформаційної політики, сподіваємось, стане одним з головних чинників забезпечення свободи слова в Україні, зростання ролі засобів масової інформації у сфері соціально-культурного розвитку держави, органічної взаємодії суспільства і влади, створення передумов побудови громадянського демократичного суспільства.

Таким чином, інформаційний розвиток відіграє важливу, іноді вирішальну роль в організації, ході та результатах політичних кампаній. Це досягається тим, що ЗМІ забезпечують бажане для політичних суб'єктів обговорення суспільних тем, проблем, формують потрібний імідж державних керівників, політичних партій, політиків, формують відповідну конкретній ситуації громадську думку. При цьому ЗМІ ведуть політичну рекламу, можуть здійснювати маніпулювання свідомістю людей. І все ж ЗМІ не всесильні. Люди реагують на повідомлення ЗМІ вибірково. Зрештою, реагування людини на повідомлення ЗМІ залежить від її життєвого досвіду, виховання, складу розуму, здатності критично мислити, характеру, поточних особистих життєвих проблем, що нею переживаються, соціального статусу, кола спілкування, партійної належності.

Список використаних джерел

1. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / Університет внутрішніх справ / О. М. Бандурко (заг. ред.). – Харків: УВС, 2000. – 368 с. Арістова І. В. Теоретичні засади державного управління в інформаційній сфері / І. В. Арістова // Правова інформатика. – 2008. – № 2(18). – С. 5–10.
2. Бондар Ю. В. Національний інформаційний простір новітньої України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства / Ю. В. Бондар; Міжрегіональна академія управління персоналом. – К.: МАУП, 2007. – 184 с.
3. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: культурно-політичні детермінанти: монографія / О. П. Дубас; ред.: О. Дубчак. – К.: Генеза, 2011. – 255 с.; Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті / О. П. Дубас. – К.: Генеза, 2004. – 208 с.
4. Мосенко Ю. О. Державна інформаційна політика України: організаційно-правові аспекти здійснення: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право» / Ю. О. Мосенко. – К., 2011. – 19 с.
5. Мураховський А. Л. Концепція національної інформаційної політики – стратегія розбудови інформаційного суспільства і захисту інформаційного суверенітету / А. Л. Мураховський // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2004. – Вип. 50. – Ч. 1. –

С. 14–16. 6. Несвіт Г. П. Інформаційна політика як фактор трансформації суспільства / Г. П. Несвіт // Актуальні проблеми політики: Зб. наук. пр. (Відп. ред. Кормич Л. І.). – Вип. 10. – Одеса: Астропринт, 2001. – С. 326–332. 7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл; [пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. – Львів: Літопис, 2010. – 583 с. 8. Хорунжий Г. Інформаційна політика: сутність і проблеми / Г. Хорунжий // Друкарство. – 1999. – № 4 (27). – С. 4–5. 9. Чубукова О. Інформаційний вибух? Інформаційний голод / О. Чубукова // Віче. – 2000. – № 2. – С. 133–140. 10. Дубас О. П. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті: політологічний аналіз: дис. ... канд. політ. наук / О. П. Дубас. – К., 2044. – 238 с. 11. Галицька Т. В. Теоретико-методологічні засади інформаційної політики / Т. В. Галицька // Міжнародні відносини. – К., 2002. – Вип. 24. – С. 155–158. – «Серія: «Міжнародні відносини». 12. Литвиненко О. Інформаційні впливи на пострадянське суспільство / О. Литвиненко // Політична думка. – 2001. – № 1–2. – С. 44–47. 13. Кащавцева С. Политическая коммуникация: проблемы, ожидания, возможности / С. Кащавцева // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 101–108. 14. Дуцик Д. ЗМІ як комунікативний засіб між громадським суспільством та державою / Д. Дуцик // Нова політика. – 2001. – № 2. – С. 11–15. 15. Зернецька О. В. Трансформація типів новинних передач в політичній комунікації / О. В. Зернецька // Нова політика. – 2000. – № 1. – С. 52–54. 16. Юревич А. В. Наука и СМИ / А. В. Юревич // Политические исследования. – 2001. – № 3. – С. 63–72. 17. «Четверта колона»: свобода і незалежність мас-медіа в Україні / Піховшек В., Чекмишев О., Ганжа В. – К.: Агентство «Україна», 1997. – 250 с. 18. Дубас О. Засоби масової інформації як «четверта влада» / О. Дубас // Борисфен. – 2002. – № 10 (136). – С. 16–17. 19. Королько В. Г. Паблік рілейшинз. Наукові основи, методика, практика: Підручник / В. Г. Королько. – К.: Вид. дім. «Скарби», 2001. – 399 с. 20. Костенко Н. Масова комунікація / Н. Костенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 6. – С. 127–151. 21. Туроу Л. Будущее капитализма. Как экономика сегодняшнего дня формирует мир завтрашний / Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Л. Туроу. – М.: Academia, 1999. – 640 с. 22. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А. И. Соловьев // Политические исследования. – 2002. – № 3. – С. 5–17. 23. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика. Культура. Общество / М. Кастельс. – М.: Высшая школа экономики, 2001. – 608 с. 24. Королько В. Передвыборная коммуникационно-агитационная кампания: политический феномен, структура, функции / В. Королько // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 86–106. 25. Чилкот Рональд Х. Теории сравнительной политологии. В поисках парадигмы [Пер с англ.] / Х. Чилкот Рональд. – М.: ИНФРА-М, Весь мир, 2001. – 560 с. 26. Бебик В.М. Політичний маркетинг і менеджмент / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 1996. – 144 с. 27. Костенко Н. Украинские масс-медиа и свобода информации / Н. Костенко, А. Кривенко И. Слисаренко и др. // Политическая мысль. – 1994. – № 4. – С. 48–56. 28. Владимиров В. Комерційна журналістика як галузь інформаційного бізнесу / В. Владимиров. – Луганськ, 1995. – 141 с. 29. Медіаосвіта та медіа грамотність / [Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волощенко; За редакцією В. В. Різуня]. – К.: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

Игорь Дацкив, Оксана Ляшенко

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБЩЕСТВА И ВЛАСТИ

В статье рассматриваются важнейшие направления информационной политики государства в аспекте их влияния на реформирование различных сфер жизни общества: сфере управления обществом, информатизации, информационных технологий и их роли в политическом процессе, месту и роли средств массовой информации на процесс реформирования, а также значение информационной безопасности.

Ключевые слова: информация, информационная политика, информационные технологии, информационное пространство, средства массовой информации

Igor Danskiv, Oksana Lyashenko

INFORMATION POLICY OF UKRAINE: PROBLEM OF SOCIETY – GOVERNMENT COOPERATION

In article the major areas of information policy in terms of their impact on the reform of various spheres of society: the government management, information technologies implementation and their role in the political process have been analyzed. Place and role of the media in the reform process and the importance of information security are point out.

Key words: information, information policy, information technology, information space, the media.