

**Вплив засобів масової інформації (далі – ЗМІ) на інформаційний простір прямо залежить від низки обставин, які визначають ефективність ЗМІ:**

- технічного рівня розвитку інформаційних та теле-радіомереж;
- конкурентоспроможності вітчизняного інформаційного продукту;
- існування широкого вибору між альтернативними каналами отримання інформації (різні ЗМІ - різні власники);
- законодавчого забезпечення діяльності галузі (юридичні гарантії свободи слова, встановлення обмежень щодо розповсюдження інформації з обмеженим доступом, закріплення відповідальності за поширення недостовірної інформації, обов'язкове висвітлення діяльності державних органів тощо);
- рівня сформованості інститутів громадянського суспільства, які захищають національні інтереси (включно з діяльністю самостійних центрів інформаційного впливу, які представлятимуть інтереси держави);
- координованості діяльності усіх державних органів, які контролюють, ліцензують, здійснюють моніторинг ЗМІ тощо.

Поряд з цим існує інший **вектор впливу на стан інформаційної безпеки суспільства** - це вплив на діяльність самих ЗМІ. Особливу увагу, необхідно приділити чотирьом факторам.



**Перший** - це вплив *нормативно-правового регулювання діяльності ЗМІ*.

Нормами національного законодавства встановлюються правовий статус, обмеження у діяльності ЗМІ, особливості ліцензування, відповідальності, а також особливий порядок діяльності, наприклад, протягом виборчого процесу.

**Другий** - це *комерціалізація діяльності ЗМІ*, тобто їх спрямованість, в першу чергу, на отримання прибутку (а зовсім не на об'єктивне інформування суспільства), що часто пояснюється законами розвитку економіки та необхідністю вільної конкуренції на медіа-ринку.

Таким чином, економічні чинники у поєднанні з диктатом з боку власників ЗМІ часто призводять до того, що їхнім працівникам часто важко відстояти свою позицію. Обслуговуючи інтереси конкретних комерційних структур та з метою збереження або збільшення обсягів

тиражу ЗМІ поширюють насамперед інформацію, яка привертає увагу найбільшого числа громадян, навіть якщо вона відноситься до розряду скандальної чи низькосортної.

**Третій** - це *залежність від власника, в яку попадають ЗМІ, що пройшли процес акціонування*. Внаслідок ринкових перетворень в інформаційній сфері майже всі вони представляють інтереси або окремих фінансово-політичних груп, або іноземних замовників. До цього необхідно додати, що часто власниками ЗМІ виступають іноземні юридичні або фізичні особи.

З одного боку, держава захищає права суб'єктів господарювання на інформацію, а з іншого - надає представникам багатьох органів державної виконавчої влади право доступу до інформації, що захищається. За підрахунками фахівців більше ніж 30 міністерств, відомств та державних комітетів наділені правом контролю за окремими сферами діяльності підприємств. Вони виконують покладені на них завдання і функції, на підставі спеціальних законів, що регламентують їх правовий статус та які з точки зору правового захисту комерційної таємниці вступають у протиріччя із законами, що містять норми, пов'язані із захистом комерційної таємниці підприємства.

Окремим фактором впливу на діяльність ЗМІ є **загроза монополізації** цієї сфери. Злиття ЗМІ та виникнення

монополістичних об'єднань у сфері їх діяльності призводить до:

- використання таких об'єднань для інформаційного впливу на суспільство з метою формування переконання в його членів про доцільність або необхідність тих чи інших перетворень у суспільній, політичній чи економічній сферах країни в інтересах власників ЗМІ;

- обмеження різноманіття можливостей отримання інформації;

- здійснення впливу на свободу дій політичних партій;

- вигідного впливу на діяльність великих і малих видавництв.

**Четвертий** - адміністративний тиск з боку держави. Значна частина проблем, пов'язаних із діяльністю ЗМІ, має етичний відтінок і не вирішується правовими чи адміністративними засобами.

ЗМІ є найзручнішим та найрозповсюдженішим каналом поширення інформації у сучасному світі. Сучасний стан інформаційних технологій зробив можливим одночасне сприйняття однакової інформації в режимі on-line.

Українське законодавство визнає ЗМІ: телебачення, радіомовлення, пресу, Інтернет. Кожен із цих видів ЗМІ має власні особливості сприйняття споживачами.

У своїй діяльності ЗМІ повною мірою користуються свободою слова, як одним із базових здобутків демократичного устрою. Зазначена

свобода повинна урівноважуватися свободою вибору споживача інформації та правовою відповідальністю за зловживання свободою слова. Свобода слова не є абсолютною. Державний та громадський контроль за діяльністю ЗМІ у тій чи іншій формі існує навіть у країнах - колысках демократії.

*Можемо констатувати, що ЗМІ є не просто суб'єктами впливу на масову свідомість, але й ключовим інструментом, за допомогою якого проходить безпосереднє її формування.*

*Засоби масової інформації, виконують функції посередника між джерелами інформації - органами державної влади, громадськими організаціями, політичними партіями, та її споживачами - громадянами.*

Тому зростає значення узагальнення й впровадження на законодавчому та практичному рівнях сучасних підходів до забезпечення незалежності ЗМІ, обмеження впливу на них олігархічних і кланових структур, з одного боку, та протидії залежності ЗМІ - з іншого.



МІНІСТЕРСТВО ЮСТИЦІЇ  
УКРАЇНИ  
ГОЛОВНЕ ТЕРИТОРІАЛЬНЕ  
УПРАВЛІННЯ ЮСТИЦІЇ  
В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ

**БУКЛЕТ**

***«Вплив інформаційної  
пропаганди засобів масової  
інформації на громадян»***



**Одеса 2016**