

Микола Карашчук

ІНФОРМАЦІЙНА ВЛАДА: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ

У статті розглядається поняття «інформаційна влада», аналізується його сутність, роль та особливості політичного впливу, а також пропонується його авторське визначення.

Ключові слова: *інформація, знання, інформаційна влада, інформаційна революція, демократія, засоби масової інформації.*

Mykola Karashchuk. Information Power: essence and characteristics of influence. *In the article a concept of informative power is examined, is analyzed his essence, role and features of political influence, and also his authorial determination is offered.*

Key words: *information, knowledge, informational power, informational revolution, democracy, mass media.*

Влада – одне з фундаментальних начал суспільства. Саме категорія «влада» дає ключ для розуміння сутності та призначення політики, політичних інститутів і всього

світу політики. Вся ж історія людства пронизана боротьбою за оволодіння владою, за її утримання, що і є одним із основних аспектів політичного життя суспільства. В залежності від сфер прояву і ресурсів впливу влада в суспільстві поділяється на політичну, економічну, соціальну, адміністративно-примусову (політичну у вузькому розумінні слова) та інформаційну [7; 65–66]. Всі ці види влади, в більшій або меншій мірі, інтегровані в політичний процес і здійснюють на нього важливий вплив. При всій важливості перерахованих видів влади в останні десятиліття спостерігається бурхливе зростання політичного впливу саме інформаційної влади.

Потрібно зазначити, що проблема інформаційної влади поки що не одержала належного розвитку. Частково це пояснюється тим, що інформаційна влада як соціальний і політичний феномен став об'єктом політичного аналізу відносно недавно. Лише в кінці минулого століття з'явилися перші наукові статті, присвячені даній проблемі. В той же час, за останні десять років з'явилась ціла серія досліджень зарубіжних і вітчизняних авторів, присвячених проблемам масової комунікації – важливій складовій інформаційної влади. Серед зарубіжних авторів слід особливо відзначити праці С. Белл-Рокич, М. Дефлера і Макквейла, Т. Беннета, Е. Вартема, Дж. Лала, Г. Лассвела, У. Ліппмана, Е. Ноель-Нойман, Е. Тоффлер, Е. Хілла та ін.

Серед праць українських авторів, в яких досліджуються проблеми мас-медіа та їх роль у сучасному світі, слід назвати публікації О. Гриценко, В. Іванова, М. Костенка, Е. Макаренко, А. Ручки та ін. Проблема ЗМІ в контексті паблік рілейшнз присвятили свої дослідження В. Королько, В. Мойсеєв, Г. Почепцов. Висвітлення різних аспектів теоретичних і практичних питань діяльності ЗМІ в сучасних умовах здійснено в публікаціях таких українських авторів як В. Бадрак, Г. Вартанов, В. Здравеого, В. Іваненко, С. Квіт, О. Копиленко, В. Кравченко, І. Ненов, В. Різун, В. Шкляр та ін.

Здебільшого в роботах названих авторів проаналізовано особливості та наслідки сучасної інформатизації; загальнотеоретичні проблеми становлення інформаційного

суспільства; розвиток та правові основи діяльності ЗМІ; розвиток нових інформаційних технологій та ін. Як бачимо, ці проблеми привертали увагу різних авторів як за кордоном, так і в Україні, однак і досі проблема функціонування інформаційної влади залишається досить актуальною.

Метою даної роботи є визначення сутності інформаційної влади та аналіз особливостей її впливу на політичну поведінку людей. Основні завдання: дати обґрунтування поняттю «інформаційна влада»; показати особливості впливу інформаційної влади на політичну поведінку людей і формування у них демократичних цінностей.

Оскільки предметом нашого дослідження є інформаційна влада, зупинимося докладніше на її характеристиці. Традиційно джерелами влади завжди вважалися насилля (сила) та багатство. Але у другій половині ХХ ст. все частіше почали писати про знання як ще одне, специфічно сучасне, джерело влади [3; 81]. Правда, вже у стародавньому світі розуміли, що освіта допомагає підпорядкувати індивіда колективу, а близько 400 років тому Ф. Бекон розглядав знання як силу [1].

Перед людством з найдавніших часів стояло питання, що його вдало сформулював англійський філософ Д. Юм: «Ніщо не видається дивнішим тим, хто розглядає людські справи по-філософськи, аніж та легкість, з якою меншість управляє більшістю, і та беззастережна смиренність, з якою люди відмовляються від власних думок і афектів на користь думок і афектів своїх правителів. Якщо ми вдамося до дослідження, за допомогою яких засобів досягається це диво, то виявимо, що оскільки сила завжди була на боці керованих, то правителі як свою опору не мають нічого, окрім думки. Тому правління ґрунтується на думці; і це правило поширюється як на найдеспотичніші та диктаторські правління, так і на найбільш вільні та демократичні» [10; 503–504].

Сучасні суспільні науки пояснюють це явище функціонуванням у суспільстві механізмів соціального контролю. Швидко, майже вибухоподібне ускладнення соціуму, є характерною ознакою кінця ХХ ст. Одним із провідних

напрямів цих змін є, безумовно, значна трансформація механізмів соціального контролю. Інформаційні механізми соціального контролю, або система ідейно-політичної гегемонії, за останні десятиріччя набули такого значення, що їх називають інформаційною владою. Саме через формування суспільної свідомості та картини світу у кожного члена суспільства інформаційні механізми соціального контролю забезпечують ефективне функціонування влади у суспільстві, мінімізують застосування прямого насильства [4; 39–48].

Найбільш ефективним джерелом і інструментом влади є знання. Воно дає владу найвищого ґатунку, і в той же час знання розподілені ще більш нерівномірно, ніж багатство та озброєння. Тому перерозподіл інтелектуальних ресурсів є важливим завданням сучасної цивілізації. За цим криється важко вирішувана проблема наукової та технологічної відсталості більшості країн світового співтовариства, включаючи «відтік умів» саме з тих країн, яким вони життєво необхідні.

Звичайно, контроль над знаннями та інформацією, як правило, прямо пов'язаний з володінням економічними ресурсами, які мають, як і раніше, важливе значення. Однак тенденція підвищення ролі інформаційних ресурсів, як джерела влади в сучасному світі, проявляється досить виразно. Дж. Гелбрейт у книзі «Нове індустріальне суспільство» писав, що джерелом енергії індустріального суспільства були гроші, але у вік інформатики ним стає знання.

Е. Тоффлер зазначає, що «тепер фактори влади – як і раніше, насилля та багатство, але головним стає знання, бо воно лежить в основі сучасного розуміння сили і багатства» [8; 113]. Він вважає, що в кінці ХХ–на початку ХХІ ст. знання та інформація стають найважливішим ресурсом влади. Вже сьогодні в постіндустріальних країнах «знання завдяки своїм перевагам – безкінечності, загальнодоступності, демократичності – підкорили силу і багатство і стали визначальним фактором функціонування влади». В ході суспільного розвитку такі традиційні ресурси влади, як сила і багатство, втрачають свій вплив, хоч і не зникають повністю [8; 113–114].

На думку російського професора В. Пугачова, якісні зміни впливу інформаційної влади в наш час викликані цілим рядом причин [7; 66–67]. По-перше, комунікаційна революція, що проявилася в поширенні супутникового зв'язку, кабельного радіо і телебачення, комп'ютерних текстових комунікаційних систем (відео-, екранних і кабельних текстів та ін.), а також індивідуальних засобів накопичення та друкування інформації (касєт, дисків, дискєт, принтерів). Все це створило можливості формувати глобальні, загальносвітові інформаційні системи типу Інтернету, поширення інформації у будь-який куточок земної кулі.

По-друге, розробка новітніх, що спираються на висновки кібернєтики, поведінкових та інших наук високоефективних засобів, методів і цілих технологій, що впливають на свідомість, підсвідомість, почуття і поведінку людей. Сьогодні в політиці, і в першу чергу, у боротьбі за владу, широко використовуються різноманітні способи управління свідомістю людини, навіювання їй ідеї і оцінок, що не відповідають дійсності або її власним інтересам. Одне із новітніх досягнєнь – створення штучної («віртуальної») реальності за допомогою комп'ютерної обробки відеозображень і мови, а також використання голографічних і деяких інших методів. Застосовуючи сучасну техніку, програмісти можуть на свій розсуд примушувати образи реальних людей здійснювати на екрані будь-які дії, формуючи у глядачів відчуття реальності подій. Створення електронними ЗМІ «віртуальної» реальності може широко використовуватися для політичної дезінформації громадян і управління їх поведінкою.

По-третє, руйнування традиційних, переважно стихійних комунікацій, які обмежували можливості впливу інформаційних інститутів, і перш за все, ЗМІ на людей. До таких комунікацій відносяться родові, родинні, церковні, сімейні, сусідські, виробничі та інші неконтрольовані державою і спеціалізовані інформаційними інститутами зв'язки. Протягом багатьох віків спонтанне повсякденне спілкування було важливим джерелом інформації, її оцінки і вироблення колективної думки. Індустріалізація

та урбанізація, руйнування традиційних комунікацій і колективних цінностей призвели до атомізації громадян, переважна більшість яких сьогодні одержує політичну і соціальну інформацію майже виключно від електронних ЗМІ і, головним чином, телебачення. Сучасна людина, на відміну від своїх батьків і дідів, дуже рідко знаходить можливість для звичного спілкування і тим більше політичних комунікацій зі своїми оточуючими і часто навіть не знає сусідів, які проживають поруч. Все це робить її політичну поведінку безпосередньо залежною від мас-медіа [7; 67].

Безпосередньо впливаючи на змістовну спрямованість комунікацій, інформаційна влада здатна впливати на політичну поведінку людей двома способами: спонукати людей до певних дій, визначати їх цілі та зміст; попереджувати або блокувати виникнення невігідних, як правило, опозиційних рухів і протестів. Реальний прояв у суспільстві цієї властивості інформаційної влади полягає в її здатності замовчувати політичні факти, применшувати їх значення, відволікати людей від тих чи інших подій за допомогою різного роду сенсацій, скандалів, шоу і т. п., оточувати замовчуванням і виключати із сфери суспільних дискусій і політичних рішень певні теми, події та дії, тим самим не допускати їх адекватного усвідомлення масами та реального розгортання відповідних політичних конфліктів.

Контроль над інформацією дає реальну владу як в економічному, так і в політичному житті. Сама влада зміщується із сфери виробництва у сферу розподілу, де концентрується необхідна інформація. Постійне вдосконалення інформаційної техніки, зокрема ЕОМ п'ятого покоління – носіїв екстра-інтелекту, здатних не лише передавати, але й аналізувати, систематизувати, переробляти інформацію, виводить систему масових комунікацій на якісно новий еволюційний рівень. Таким чином, інформаційні мережі відіграють революційну роль у соціальному житті, трансформуючи всі його сфери – від економіки до культури, провокуючи інформаційні війни між корпораціями та їх об'єднаннями. Проте нові інформаційні технології не можуть

автоматично «покращити» життя суспільства. Це, в першу чергу, залежить від соціальної та політичної мудрості тих, хто регулює його розвиток.

Виходячи з усього вищенаведеного, слід зазначити, що ж ми розуміємо під інформаційною владою. Інформаційна влада – це системно-функціональна взаємодія, особливого роду зв'язок, який забезпечує здатність суб'єктів за допомогою цілеспрямованого поширення інформації реалізовувати свої цілі. Суб'єктами й основними носіями інформаційної влади в сучасному суспільстві є інформаційні інститути: ЗМІ, інформаційні та рекламні агентства, наукові та науково-освітні установи, а також інститути соціалізації і, перш за все, система народної освіти (школи, університети тощо). Найбільш масовий і сильний політичний вплив мають Інтернет, аудіовізуальні ЗМІ, телебачення і радіо, інформаційні та рекламні агентства.

У той же час, ряд авторів пропонує більш розширений варіант трактування структури інформаційної влади. Так, В. Пугачов вважає, що інформаційна влада включає також моральну, релігійну і деякі інші види влад, пов'язані з підпорядкуванням на основі авторитету [7; 65]. Побуває такий підхід і в українській політології, наприклад, на думку П. Шляхтуна, духовно-інформаційна влада – це організація духовного виробництва в усіх його формах і здійснення інформаційного та ідеологічного впливу. Ця влада реалізується за допомогою засобів духовно-інформаційного впливу на людей. Такими засобами можуть бути мораль, релігія, ідеологія, мистецтво, наукові знання, інформація про поточні події суспільного життя тощо. Найбільшу духовно-інформаційну владу, на думку даного автора, в сучасному суспільстві мають засоби масової інформації та комунікації. Вони є головним чинником формування громадської думки і називаються ще «четвертою владою», котра за силою впливу на суспільство прирівнюється до законодавчої, виконавчої та судової влади держави [9; 174]. Але при такому підході духовно-інформаційна влада трактується неправомірно розширено, практично ототожнюється з духовним виробництвом, навіть із духовним життям суспільства. При такому підході такі універсальні та

всеохоплюючі категорії як культура й інформація практично зливаються. Але вважаємо, що названі влади можуть виділятися як окремі і, відповідно, досліджуватись.

Формою буття інформаційної влади є суспільні комунікації. Інформація є змістом комунікації – безпосереднього й опосередкованого спілкування людей, їх взаємодії. Без інформації комунікації неможливі. Інформаційна влада, по суті, й означає управління комунікаціями, їх змістом і спрямованістю за допомогою інформації. Цей вид влади відрізняється від звичайного інформаційного впливу силою, стійкістю й асиметричністю впливу комунікатора на реципієнта, високим ступенем контролю за поведінкою останнього, хоча межі між поняттями влади і впливу розпливчаті.

Тому важливе значення має положення про те, що інформаційні та комунікаційні засоби разом із знаннями, інформацією та відповідними технологіями є не державними, а суспільними інституціями, що не виключає їх монополізації державою. ЗМІ та ЗМК, маючи соціальну владу, можуть по-різному її використовувати. Ступінь цього використання визначається свободою дій, що, у свою чергу, багато в чому залежить від загального рівня культури суспільства, ступеня його демократизації. Соціальна влада значною мірою втілена в існуючих традиціях, загальноприйнятих нормах моралі, в організації суспільства в цілому. Проте ЗМІ та ЗМК таким же чином можуть сприяти стабілізації життя в суспільстві, як і його порушенню.

Інформаційна влада впливає на політичну поведінку людей за допомогою цілеспрямованого розповсюдження або блокування певних відомостей, інформації, які не сприймаються ними як зовнішній примус. Крім того, інформаційна влада впливає на політику як безпосередньо через політичні комунікації, так і опосередковано через зміну самої людини: її менталітету, ціннісних орієнтацій, потреб і інтересів, а також формування громадської думки, звичаїв і моралі. Прямий і найбільш помітний вплив на політику інформаційні інститути здійснюють через політичні комунікації. В сучасному суспільстві політика взагалі немислима без інформаційних інститутів, які виконують у політичній системі низку найважливіших функцій [6; 12–15].

Більше того, інформаційні інститути і, перш за все, ЗМІ виступають сьогодні не лише передаючою ланкою у складному механізмі політики, але і її творцем. ЗМІ в сучасному суспільстві, на думку О. Зінов'єва, не тільки збирають і поширюють інформацію, яку виробляє хтось інший – вони стали виробником, контролером і володарем інформації. ЗМІ мають свої могутні та професійно навчені кадри для цього. В їх розпорядженні практично всі сили суспільства, які пов'язані з інформацією. Вони формують інформацію за своїми правилами, надають інформації вигляду, який відповідає їх інтересам. Вони сконцентрували в собі основні й найбільш впливові інформаційні потоки та сили суспільства. ЗМІ втручаються в усі сфери суспільства – політику, економіку, культуру, науку, спорт, побутове життя. Вони не просто впливають на розум і почуття людей, вони проявляють владу над ними [2; 594].

Як відзначає Н. Больц, «завдяки тому, що наші знання про реальність опосередковані ЗМІ, втрапився смисл відрізнити зображення від зображуваного явища... Що являє собою той чи інший політик або явище – це взагалі можливо зрозуміти лише в їх медіальному (через ЗМІ) інсценуванні. Те, що реально відбувається, стає суспільною подією лише через своє медіальне відображення» [11; 26].

Таким чином, у сучасному суспільстві з усіх видів духовного впливу на перший план висувається науково-інформаційна влада. Знання використовуються як для підготовки урядових рішень, так і для безпосереднього впливу на свідомість людей з метою забезпечення їх політичної лояльності та підтримки. Щодо інформаційної влади, то вона має ряд особливостей політичного впливу.

По-перше, непомітність впливу і, як наслідок, відсутність або відносно менший опір йому з боку реципієнтів. Сприймаючи відповідним чином препаровану політичну інформацію, людина може непомітно для себе перетворитись із противника влади на її прихильника, голосувати всупереч власним інтересам, ухилятися від участі в політичному житті, граючи на руку своїм політичним опонентам, і навпаки.

По-друге, глобальність, швидкість і майже повна безмежність розповсюдження. В сучасних умовах за допомогою супутникового зв'язку та інших технічних засобів інформація може бути майже миттєво переданою в будь-який куточок земної кулі. Уберегти громадян і територію від проникнення небажаних ЗМІ і ЗМК практично неможливо. Це посилює можливості використання телебачення, комп'ютерних інформаційних мереж, радіо, відеокасет і т. п. у політичних цілях.

По-третє, здатність робити об'єктом розгляду будь-яке суспільне чи особисте явище. Інформаційна влада і, перш за все, ЗМІ поширюють свій вплив не лише на суспільно-політичні процеси, але й проникають туди, куди не допускаються правові органи, в тому числі в особисте життя політиків і різного роду знаменитостей, що охороняється Конституцією. Роблячи надбанням громадськості ті чи інші факти, відповідним чином підбираючи, оцінюючи і коментуючи інформацію, вони дають людям (або організаціям) не лише політичну, але і моральну оцінку, багато в чому визначають ставлення до них з боку оточуючих, впливають на політичну кар'єру.

По-четверте, опосередкування політичної поведінки людей. Сучасна людина отримує політичну інформацію найчастіше через ЗМІ і на її основі формує власні судження, робить висновки, що мотивують її вчинки. Це створює можливість масового політичного маніпулювання [7; 67–69].

Вплив інформаційної влади не обмежується індивідуальним, а здійснюється і через соціальні, групові механізми. Як відмічає Н. Луман, у сучасному суспільстві, на відміну від традиційного, саме ЗМІ та ЗМК «генерують соціальну пам'ять» і задають соціальний смисл подіям, що відбуваються. Тим самим вони програмують не лише теперішню, але і майбутню політичну поведінку громадян [5; 76].

Таким чином, інформаційна влада здатна слугувати різним цілям: не тільки поширенню об'єктивних даних про діяльність уряду, становище в суспільстві, але і маніпулюванню – управлінню свідомістю і поведінкою людей

всупереч їх інтересам, а нерідко і волі, основанийому на спеціальних методах обману.

Хоча мас-медіа – основні носії інформаційної влади, покликані вирішувати певні завдання в політичній системі та суспільстві в цілому, в реальному житті вони достатньо самостійні, мають свої власні методи й цілі діяльності, власні інтереси і потреби, які часто не співпадають із потребами суспільства. Активна роль ЗМІ та ЗМК у політиці пов'язана з їх впливом на різні етапи і сторони інформаційного процесу в суспільстві. Висхідною точкою цього процесу є виготовлення та відбір розповсюджуваної в суспільстві інформації. Від того, яку інформацію отримують агенти політики, багато в чому залежать їх наступні дії. Тому можна погодитися з дослідниками цих проблем, які стверджують, що мати важливу інформацію означає мати владу; вміти відрізнити важливу інформацію від неважливої означає володіти ще більшою владою; можливість розповсюджувати важливу інформацію у власній режисурі або замовчувати її означає мати подвійну владу.

На сьогоднішній день інформаційна влада стала настільки істотною частиною інфраструктури суспільства, що від неї залежить не тільки технологічний, але і соціальний прогрес, економічна конкурентоспроможність країни в цілому, її роль у міжнародному розподілі праці, так само як і здатність подальшого розвитку демократичних інститутів, що значною мірою залежить від інформаційної відкритості, можливості доступу громадян до інформації.

Внаслідок цього, подальший розвиток інформаційної влади залежить не тільки від прогресу науково-технічної думки, але і від соціально-економічних і правових умов, в яких відбувається її діяльність. Зокрема, відставання законодавчого забезпечення прав людини на інформацію, на недоторканість особистого життя і збереження персональних даних, так само як обмеження на концентрацію засобів масової інформації і комунікації може призводити до маніпуляції масовою свідомістю та контролю за особистістю з боку державних або кримінальних структур. Крім того, значну заклопотаність викликає уразливість інформаційних і телекомунікаційних систем, що забезпечують

функціонування енергетики, авіатранспорту, міського господарства та інших життєво важливих об'єктів.

1. Бекон Ф. Новый органон // Соч.: в 2 т. – М., 1972.
2. Зиновьев А. А. На пути к сверхобществу. – М. : ЗАО Изд-во Центрполиграф, 2000. – 638 с.
3. Категории политической науки. – М. : МГИМО(У), РОССПЭН, 2002. – 656 с.
4. Литвиненко О. Інформаційні впливи та пострадянське суспільство // Політична думка. – 2001. – № 1–2. – С. 39–48.
5. Луман Н. Власть. – М. : Праксис, 2001. – 249 с.
6. Пугачев В. П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестник МГУ. Серия 12, Политические науки. – 1995. – № 5. – С. 3–16.
7. Пугачев В. П. Информационная власть и демократия // ОНС. – 1999. – № 4. – С. 65–77.
8. Тоффлер О. Проблемы власти на пороге XXI века // Свободная мысль. – 1992. – № 2. – С. 113–120.
9. Шляхтун П. П. Політологія (теорія та історія політичної науки). – К. : Либідь, 2005. – 576 с.
10. Юм Д. О первоначальных принципах правления // В кн. Юм Д. Соч.: в 2-х т. – Т. 2. – М. : Мысль, 1996. – 733 с.
11. Gespräch mit Norbert Bolz // Die neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte. – 1995. – № 1.