

Проблемы массового информирования в России*

Российская инфраструктура массового информирования включает традиционные электронные (телевидение и радиовещание) и печатные СМИ, информационные агентства и разнообразные сайты глобальной сети Интернет. При этом происходит интенсивная конвергенция различных средств массового информирования на основе использования современных информационно-коммуникационных технологий, сетей и систем.

Тем не менее, в России, по-прежнему, доминирующую роль в массовом информировании играют традиционные СМИ и, в первую очередь, электронные. Российские СМИ, получив политическую свободу по закону «О средствах массовой информации» 1991 года, достаточно быстро оказались поражены недугом «экономической несвободы». В результате этого как государственные или поддерживаемые в различных формах структурами власти, так и «независимые» СМИ сегодня фактически вынуждены выражать не мнение общества, а частные или корпоративные интересы в пространстве масс-медиа их явных и неявных владельцев – представителей различных элитных групп. Более того, некоторые российские СМИ, особенно печатные, вообще, не являются таковыми в классическом смысле, так как их деятельность в принципе не основана на экономической зависимости от массового потребителя информации. Подобные структуры скорее представляют собой разомкнутые информационные системы, предназначенные для доставки массовому получателю или в конкретные узлы элитной сети заранее оплаченных и заданным образом подготовленных информационных сообщений в форме традиционных СМИ.

Причина этого явления состоит в том, что экономический и организационно-правовой механизм деятельности российских СМИ не является достаточно ясным и прозрачным и нуждается в скорейшем законодательном урегулировании на основе приведении его в соответствие действующему Гражданскому кодексу и законодательству в сфере

экономической и хозяйственной деятельности. В рамках такого урегулирования должны быть четко определены и разграничены права, обязанности и ответственность собственника (владельца), издателя и редакции СМИ. Существенно значимым является и отсутствие до настоящего времени закона о телевизионном и радиовещании.

Многие сайты сети Интернет по таким характеристикам как «периодичность распространения (обновления) информации» и «массовость (неограниченный круг пользователей) информации» с правовой точки зрения могут быть отнесены к средствам массовой информации – сетевым СМИ. Анализ российского законодательства о СМИ показывает, что большинство действующих и проектируемых в рамках этого законодательства норм может и должно быть применено к сетевым СМИ.

Наиболее острыми проблемами в рассматриваемой сфере являются проблемы взаимодействия и взаимоотношения государственной власти со структурами массового информирования, государственного контроля их деятельности и снятия цензуры информационной продукции, целесообразности наличия в государственной собственности средств такого информирования.

При решении проблемы взаимодействия органов государственной власти со средствами массового информирования следует учитывать два основных момента. Государственной власти необходимо активное информационное взаимодействие с гражданами и всеми структурами гражданского общества через средства массового информирования, способными представить и донести до общества ее позицию и оценки текущих внутривнутриполитических и внешнеполитических событий без каких-либо искажений. Поэтому, особенно в период глубоких социально-экономических преобразования, начального этапа формирования открытого гражданского общества и рыночной экономики при отсутствии устоявшегося законодательного регулирования и культурно-нравственных традиций в сфере массового распространения информации, целесообразно сохранение

части средств массового информирования в государственной собственности. Но при этом государственная власть обязана создавать условия наибольшего благоприятствования для существования и активной деятельности средств массового информирования, от нее независимых и, в первую очередь, экономически. Только такие независимые средства массового информирования могут являться полноценными агентами гражданского общества и всей его структуры, действующими как социально-аналитические и контрольные механизмы, как канал «обратной связи», реализующий воздействие общественного мнения на власть. Вопрос принадлежности средств массового информирования и влияния этого фактора на их объективность имеет сегодня принципиальное значение для развития демократии в России.

Наличие различных в смысле собственности средств массового информирования не исключает как государственный, так и общественный контроль за законностью их деятельности и необходимость пресечения монополизации и обеспечения свободной конкуренции в сфере массового распространения информации, которое, являясь инструментом информационного управления, существенно влияет на формирование общественного мнения и, естественно, таит определенные угрозы.

К таким угрозам следует, прежде всего, отнести существенное расширение возможностей нарушений естественного права человека на частную жизнь, включая личную и семейную тайны, политического манипулирования общественным мнением и монополизации средств и систем массового информирования такими ресурсно-обеспеченными акторами информационного рынка, как государство и элитные группы, столкновение политических и экономических интересов которых при этом и провоцирует возникновение «информационных войн».

Основное направление противодействия этим угрозам информационной безопасности личности, общества и государства лежит в правовом поле, в сфере законодательного регулирования информационных

отношений, концептуальной основой которого должен стать перевод естественного и неотчуждаемого права человека и гражданина на информацию в систему позитивного права. При этом следует установить свободу всех компонентов права на информацию, раскрываемых через такие действия, как поиск, получение, передача, производство и распространение информации.

Защита частной жизни в информационной сфере – это четкое законодательное регулирование общественных отношений, возникающих при действиях с информацией персонального характера, персональными данными, неотвратимость наказания за устанавливаемые в судебном порядке нарушения законодательства в этой сфере и обеспечение эффективной деятельности института уполномоченного по персональным данным, возможно, в рамках института уполномоченного по правам человека.

Сегодня в мировой практике информация рассматривается как ресурс в двух аспектах: материальном – на информацию распространяется право вещной собственности; интеллектуальном – в отличие от других ресурсов на нее распространяется право интеллектуальной собственности и авторское право. Признание права не только интеллектуальной, но и вещной собственности на информацию обеспечивает возможность законодательного регулирования товарных отношений, объектом которых является информация, и позволяет использовать общие подходы и принципы законодательного противодействия экономическому монополизму на информационном рынке на основе его дерегуляции и гибкого контроля за концентрацией собственности. Законодательная либерализация информационного рынка, обеспечивающая конкурентное развитие множества различных производителей информации и информационных услуг, и возможность практической реализации свободы выбора и доступа потребителей к разнообразным источникам информации являются не только наиболее эффективным способом противодействия монополизации массового информирования, попыткам чрезмерного контроля власти над

информационными потоками, но и повышают защищенность от манипулятивного информирования со стороны различных акторов информационного рынка, включая государство и корпоративные элиты.

В настоящее время принято выделять две главные модели политического манипулирования – «психологическую» и «рациональную». Суть психологического варианта манипулирования заключается в использовании автоматической реакции индивида на определенные психологические действия. В качестве форм рационального манипулирования используются сокращение количества доступной информации, преднамеренное утаивание информации, предоставление тенденциозной информации, информационная перегрузка.

Использование манипулятивных технологий информирования различными агентами информационного рынка и, прежде всего, элитными группами в борьбе за политическую и экономическую власть в принципе способно дестабилизировать политическую и социальную обстановку в стране и качественно деформировать морально-нравственные устои и идеалы российского общества. Сложность организации эффективного противодействия этому вызову заключается в том, что его генезис лежит как в форме представления, так и, что самое главное, в самом содержании информации, предоставляемой массовому пользователю.

Законодательное регулирование и контроль содержания информационных сообщений является крайне противоречивой и сложной юридической проблемой. Тем не менее, законодательное ужесточение ответственности за предоставление недостоверной, неэтичной, заведомо ложной информации, диффамацию и сокрытие общественно значимой информации, основным источником которой является государство, наряду с множественностью независимых источников и распространителей массовой информации способно в определенной степени противостоять использованию манипулятивных информационных технологий.

Возможен и такой подход, при котором сообщения, содержащие преднамеренно искаженную информацию, могут в правовом аспекте интерпретироваться как «информационный вирус» для использования законодательных мер борьбы с этим явлением, аналогичных используемым для борьбы с «компьютерным вирусом».

Учитывая существенную специфику правоприменительной практики в информационной сфере, действенной мерой может стать и введение такой новой судебной инстанции, как специальные информационные суды.

В заключение отметим, что для обеспечения благоприятного политического климата в стране, атмосферы заинтересованности власти и общества в доверительном и уважительном общении российской власти следует отказаться от использования агитационно-пропагандистских методов и манипулятивных информационных технологий при массовом информировании населения, показав тем самым достойный пример всем акторам информационного рынка.

Ю.А.Нисневич,
президент фонда «Ноосфера»