

ДИСТАНЦІЙНИЙ ВПЛИВ НА ПІДГОТОВКУ І ПРОВЕДЕННЯ КУЛЬТУРНО-ВИДОВИЩНИХ ЗАХОДІВ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 45(2), с. 39–41

Розглядаються питання щодо впливу засобів масової інформації на підготовку і проведення культурно-масових заходів в Україні.

Сучасний стан дистанційного впливу на проведення різноманітних масових заходів ще не вивчався. Після відомих подій у Північній Африці, тобто революцій, які ніби відбулися завдяки спілкуванню в соціальних мережах про вплив на масову свідомість з боку електронних засобів масової інформації почали говорити солідні наукові установи. Проте дослідити такий вплив досить важко, а ще важче його зменшити. У деяких країнах вживаються заходи щодо блокування окремих сайтів всесвітньої мережі Інтернет, за перегляд таких сайтів та отримання відповідної інформації передбачена навіть кримінальна відповідальність. Зазначене стосується також питань щодо проведення культурно-видовищних заходів, адже особливо при підготовці і проведенні масових спортивних заходів вплив як засобів масової інформації, так і електронних засобів є досить відчутним. Завдяки такому впливу ще до початку масових спортивних заходів можуть бути сформовані підстави для негативного ставлення до певних команд, для порушення громадського порядку і громадської безпеки під час проведення таких заходів.

Проаналізуємо шляхи дистанційного впливу на проведення культурно-видовищних заходів та заходів з мінімізації його негативних рис.

Питання стосовно впливу засобів масової інформації та електронних засобів інформації на підготовку і проведення практично не розглядалося в юридичній літературі. Вчені,

які аналізували проведення масових заходів та охорони громадського порядку і громадської безпеки під час їх проведення – М. В. Возник [1], В. М. Березан [2], А. Ю. Мартишко [3], К. В. Мамай [4], не звертали уваги на питання інформаційного впливу та впливу засобів масової інформації на проведення масових заходів. Тим більше такий вплив не аналізувався і висновки не робились. Певні аспекти впливу засобів масової інформації на свідомість громадян та його правове забезпечення розглядалося окремими дослідниками [5; 6], але знову ж таки напрями впливу засобів масової інформації, особливо електронних, на підготовку і проведення масових заходів не оцінювалося.

У світі вже давно сформована думка про те, що засоби масової інформації є досить потужним інструментом впливу на свідомість громадян, а також на ті чи інші політичні та соціальні події, які відбуваються. Достатньо згадати революції в країнах Північної Африки, які за оцінкою більшості експертів вважаються результатом впливу електронних засобів масової інформації [7].

В Україні, як свідчать окремі дослідження, електронні засоби масової інформації не мають такого впливу, як це було в країнах Африки, але з кожним роком цей вплив зростає. Сьогодні Україна більше споживає телевізійної інформації, ніж електронних засобів масової інформації [8].

Якщо розглядати загалом вплив засобів масової інформації на підготовку і прове-

дення масових заходів, особливо культурно-видовищних, то ми побачимо певні закономірності.

Насамперед засоби масової інформації сприяють рекламі заходу, який має проводитися. Навіть якщо масовий захід є недостатньо підготовленим або невиразним, по суті, висвітлення в засобах масової інформації сприяє його рекламуванню та забезпечує присутність учасників і глядачів. Цим досить часто користуються організатори, але вони чітко розділяють необхідні аспекти впливу. Передусім захід висвітлюється як перший, захід такого типу, який проводиться в Україні, а з іншого боку, применшуються подібні заходи, які проводилися до цього.

В принципі закони реклами дають змогу робити такі маніпуляції, але, на нашу думку, необхідно встановити певні правила гри, тобто не давати можливості формувати негативну думку серед глядачів та вболівальників, якщо це спортивний захід. Заклики до зведення рахунків з протилежною командою та її вболівальниками, навіть детальні плани щодо блокування тих чи інших груп вболівальників і тенденційне подання інформації може сприяти конфліктам та заворушенням.

Таким чином, зазначений аспект використання інформації слід врегульовувати нормативними актами. З метою мінімізації повинна бути певна реакція з боку держави на вплив деструктивних аспектів щодо проведення культурно-видовищних заходів, особливо таких спортивних заходів, як заклики про те, що необхідно фізично побити вболівальників з іншої команди, вираховувати місця зустрічі та зборів представників ультрас, заклики відстояти честь команди тощо. Тим більше, якщо такі заклики наявні в друкованих засобах масової інформації або вони передаються по телебаченню чи радіо, на тих осіб, які розповсюджують зазначену інформацію, можна впливати. На інформацію, яка передається в соціальних мережах, практично впливу немає. Цим і користуються як прихильники, так і противники різних команд і груп.

Особливої уваги вимагає реклама тих чи інших масових заходів у соціальних мережах. Така реклама має бути впорядкованою, адже

окремі заходи не завжди пропонують та пропагують загальнолюдські цінності, здоровий спосіб життя тощо.

Ліквідація Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі, яка здійснена рішенням Верховної Ради України [9], певною мірою є виправданою, але зараз створено окреме Міністерство інформаційної політики, до завдань якого входить завдання щодо розроблення певних напрямів діяльності в інформаційній сфері, а також відслідковування та перешкоджання рекламі проведення заходів, які можуть викликати негативні емоції та розпалювати ненависть, націоналізм, готовність до протиправної поведінки.

Ми, звичайно, не можемо ставити питання про те, чому мають бути присвячені статті в газетах та інших засобах масової інформації, але матеріали, які спрямовані на викликання негативного ставлення до осіб, що мають брати участь в масових заходах, до вболівальників інших команд, присвячені організації бійок та інших заходів, мають контролюватися. Про це певною мірою свідчать окремі дослідження українських вчених [10].

В нормативному плані також необхідно врегулювати питання щодо інформування громадян про проведення культурно-видовищних заходів. Звичайно, всі питання щодо їх проведення не можуть бути впорядкованими, але встановлення певних правил гри може бути здійснено.

В електронних засобах масової інформації зараз вже розроблено систему блокування тих чи інших коментарів з метою зменшення їх негативного впливу на ту чи іншу статтю. Необхідно також встановити приблизні нормативні рамки щодо блокування коментарів для того, щоб зменшити вплив на питання підготовки і проведення масових заходів.

Отже, питання щодо впливу електронних та інших засобів масової інформації на підготовку і проведення масових заходів є досить складним явищем і має досліджуватися не тільки в юридичній науці, а й в інших галузях наук.

З точки зору юридичної науки необхідно розробити певні правові норми, за допомогою яких можна впорядкувати пи-

тання реклами про проведення масових заходів, коментарів щодо таких заходів та зменшувати ризики виникнення масових заворушень під час проведення зазначених заходів.



Література

1. Возник М. В. Організаційно правові засади управління органів внутрішніх справ при забезпеченні масових заходів: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 / М. В. Возник. – К., 2010. – 188 с.
2. Мартишко А. Ю. Адміністративно-правове забезпечення охорони громадського порядку ОВС під час проведення спортивних заходів: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 / А. Ю. Мартишко. – К., 2010. – 248 с.
3. Березан В. М. Адміністративно-правове забезпечення охорони громадського порядку та громадської безпеки під час проведення масових заходів: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 / В. М. Березан. – К., 2014. – 287 с.
4. Мамай К. В. Діяльність органів внутрішніх справ щодо попередження та припинення групових порушень громадського порядку та масових безпорядків: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 / К. В. Мамай. – К., 2014. – 194 с.
5. Свистович Р. С. Правове регулювання інформаційних відносин у сфері масової інформації: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 / Р. С. Свистович. – Х., 2012. – 223 с.
6. Кипич І. В. Правове регулювання діяльності засобів масової інформації як інституту громадянського суспільства: дис. ... канд. юрид. наук.: спец. 12.00.07 / І. В. Кипич. – К., 2013. – 209 с.
7. Willis Andrew. Революції у Північній Африці спрямовують увагу політики ЄС далі на південь / А. Willis // EU Ob-server. – 2011. – 31/05. – Р. 23.
8. Шевченко Р. Г. Телебачення в Україні: порівняльний аналіз / Р. Г. Шевченко // Маркетинг в Україні. – 2002. – № 1. – С. 29–31.
9. Про внесення змін до Закону України “Про захист суспільної моралі”: Закон України від 10 лютого 2015 р. № 173-VII // ВВР України. – 2004. – № 14. – Ст. 192.
10. Беляков К. І. Інформатизація в Україні: проблеми організаційного, правового та наукового забезпечення: монографія / К. І. Беляков. – К.: КВІЦ, 2011. – 576 с.

Проаналізовано окремі аспекти впливу та його негативного характеру, запропоновано напрями розроблення нормативних документів щодо впорядкування діяльності засобів масової інформації під час підготовки і проведення масових заходів.

Проанализированы отдельные аспекты влияния и его негативного характера, предложены направления разработки нормативных документов относительно упорядочения деятельности средств массовой информации во время подготовки и проведения массовых мероприятий.

The analyses of some aspects of such influence and its negative character was done and the proposals as for elaboration of the directions of normative acts concerning the improvement of the activity of the mass media in the period of preparation and holding mass gatherings were given.

Надійшла 11 березня 2015 р.