

управління водозабезпеченням, то йому може бути призначено покарання до 30 років позбавлення волі без права дострокового звільнення. Цей досвід є корисним для нас.

Із урахуванням наведеного, можливо сформулювати такі пропозиції:

1. Боротьба з кіберзлочинами має носити системний характер. Першочерговою підготовчою дією має стати усунення понятійної та термінологічної різноманітності розуміння понять та відповідних їм термінів, таких як: «кіберзлочин», «інформаційний простір», «інформація», «комп'ютерна інформація», «інформаційний ресурс», «комп'ютерні дані» та ін. Частково це питання вирішується в Проекті № 2487, де надається визначення «кіберпростору» та «кібербезпеці» та інших нормативно-правових актах, але доцільно розробити словник відповідних термінів.

2. Для подолання безладу та хаосу в інформаційному просторі з боку нашої країни та дружніх нам держав, існує єдиний науково та економічно обґрунтований шлях – укріплення інституту власності з його поширенням на інформацію, зокрема на інтелектуальну власність та іншу інформацію з такою визначальною ознакою, як обмежений доступ. Власність на інформацію (комп'ютерну інформацію, інші об'єкти інтелектуальної власності, новітні технології, склад яких не належить до останньої) хоча і має певні відмінності від власності з приводу речових (тілесних) цінностей, але як стверджують провідні філософи, цивілісти та економісти, немає ніяких сутнісних та правових перешкод для визнання її різновидом власності, якому притаманні загальні та спеціальні (видові) ознаки. Особливість певних прав на інформацію (наприклад, особистих немайнових прав на об'єкт авторських прав) підтверджує специфіку такого виду власності. Визнається власність на комп'ютерну інформацію і в Конвенції про кіберзлочинність.

3. Необхідно запровадити в нашій країні статті 2-5 Конвенції про кіберзлочинність без будь-яких обмежень. До того ж, власність, наприклад, на комп'ютерну інформацію, визнається в Конвенції, що сприяє усуненню будь-яких перешкод для встановлення меж законного та злочинного в інформаційному просторі зі забезпеченням законних прав людини на інформацію.

4. Суспільно небезпечними в нашій країні є: (1) нові види ще не криміналізованих діянь, які необхідно визнати злочинами, а також (2) нові способи вчинення злочинних діянь, які ще не зафіксовані в національному кримінальному законодавстві та засоби, за допомогою яких вони вчинюються. До групи (1) слід віднести, наприклад, (а) новий вид

диверсії – вчинення дій з метою ослаблення держави, спрямованих на порушення нормальної роботи об'єктів, які мають важливе народно-господарське чи оборонне значення, шляхом використання чи розповсюдження шкідливих комп'ютерних програм, систем чи технічних засобів; (б) діяння, передбачені в статтях 2-5 Конвенції про кіберзлочинність з урахуванням приписів чинного законодавства.

Група (2) охоплює, зокрема, такі нові способи вчинення: дій, спрямованих на насильницьку зміну чи повалення конституційного ладу чи захоплення державної ради з використанням інформаційних чи телекомунікаційних або інформаційно-телекомунікаційних систем; шпигунство, вчинене з використанням чи розповсюдженням шкідливих комп'ютерних програм, систем чи технічних засобів тощо.

5. Вирішення питання про власність на інформацію (комп'ютерну інформацію та інші об'єкти інтелектуальної власності) як ключового в проблематиці інформатизації суспільства дозволяє правильно визначити родовий об'єкт злочинів, які посягають на відповідні об'єкти власності (наприклад, знищення, пошкодження, викрадення, привласнення комп'ютерної інформації). При цьому потребують суттєвого аналізу ознаки злочинів, передбачених, зокрема, у статтях 361-363¹ чинного КК. Не визначеність їх родового об'єкту, на що звертають увагу науковці, та в цілому неефективність цих норм, є аргументами на користь виключення цього розділу з Кодексу та доповнення новими статтями розділу «Злочинів проти власності» та внесенням змін до інших розділів Особливої частини КК України.

Коваленко Лариса Павлівна

доцент кафедри адміністративного права та адміністративної діяльності
Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»

Деякі питання інтернет-відносин

На початку 90-х про "Інтернет" говорили досить мало, особливо у нашій країні. Сьогодні ж практично не обходиться без постійного згадування про це наукове відкриття останньої чверті ХХ століття в таких засобах масової інформації як газети, радіо і телебачення.

“Інтернет” - глобальна комп’ютерна мережа, що охоплює увесь світ. Сьогодні вона, має близько 1,5 мільярди абонентів у більш, ніж 200 країнах світу. Щомісяця розмір мережі збільшується на 7-10%. “Інтернет” утворив як би ядро, що забезпечує зв’язок різних інформаційних мереж, що належать різним установам в усьому світі, одна з одною. “Інтернет”, що служив колись винятково дослідницьким і навчальним групам, чий інтереси простиралися лише до доступу до суперкомп’ютерів, стає усе більш популярним у світі, особливо у світі інформації.

Відбувається це з кількох причин. По-перше, “Інтернет” міцно ввійшов у життя багатьох людей; по-друге, він не тільки претендує, але вже зайняв визначне місце серед традиційних ЗМІ. І, очевидно, з огляду на дуже швидкий прогрес наукової думки в наш час, у найближче десятиліття, можливо у двадцятиліття, займе головне місце серед традиційних джерел інформації. На сьогоднішній день “Інтернет” включає і відображає майже всі сфери життя суспільства. Він значною мірою впливає на економічне, політичне і культурне життя як однієї країни, так і світу в цілому.

“Інтернет” уже досить давно і реально використовується як всевітне і всеохоплююче інформаційне середовище, на базі якого невдовзі формуватимуться практично всі ділові відносини: від систем роздрібною торгівлі до корпоративних розподілених мереж транснаціональних компаній.

“Інтернет” змусив поглянути і на бізнес як на глобальний процес. Сьогодні електронна комерція (далі - ЕК) розглядається як засіб, який надає всім рівні можливості брати участь у “процесі комунікування без кордонів” і змінювати структури своїх ділових відносин у глобальному масштабі [1, С. 119].

Форма “бізнес-адміністрація” охоплює усі види і типи зв’язків між приватними компаніями й урядовими організаціями. Наприклад, у США всі деталі майбутніх урядових закупівель не є секретом і розголошені по всьому “Інтернету”.

Компанії можуть відповісти на ці пропозиції знову-таки через “Інтернет”. У даний час цей клас ЕК швидко стає на ноги, оскільки, приміром, у США сам уряд зацікавлений у зростанні обізнаності серед компаній про плани своїх закупівель і тому в збільшенні обсягів торгівлі за посередництва ЕК, що розглядається як засіб боротьби з неминучою корупцією при проведенні державних тендерів. Урядові та адміністративні органи в США йдуть навіть на те, щоб у найближчі роки з допомогою методів і засобів ЕК збирати податки: приміром, на додану вартість (видів яких у США предостатньо), а також корпоративні податки.

Прикладом “бізнес-бізнес” може бути компанія, яка використовує мережу «Інтернет» для організації замовлень від постачальників, ведення рахунків і здійснення платежів. Цей тип знайшов підтримку у відповідних міжнародних організаційно-правових угодах, зокрема у питаннях захисту інформації. Дуже скоро компанії зрозуміють, що експлуатація ЕК для них - не лише радикальна зміна присутності на ринку і в обслуговуванні своїх клієнтів, а й потенційна можливість перевизначати ринок або ж створювати абсолютно нові ринки.

ЕК дозволяє постачальникам поліпшити конкурентоздатність, ставлячи “ближче до клієнта”. Багато які компанії використовують ЕК для здійснення “перед” і “післяпродажного” обслуговування (транзакційного), а також для “перехоплення” клієнта з допомогою збільшення швидкості реакції на запити клієнта. З допомогою ЕК постачальники отримують можливість накопичувати детальну інформацію стосовно потреб кожного індивідуального клієнта і автоматично адаптувати виробу і послуги до їхніх індивідуальних потреб. Це призводить до ефекту “налаштованих” товарів (customized products), тобто створення товарів і послуг, які максимально відповідали б “дивацтвам” покупця порівняно з товарами масового ринку. ЕК часто дозволяє різко скоротити, а інколи й узагалі усунути зайві, але традиційні ланки у постачанні товарів чи при наданні послуг. Є багато прикладів, коли товари були відправлені просто від виробника до споживача, уникаючи традиційних проміжних пунктів, опту і роздрібу, що особливо впадає в очі при наданні послуг, коли будь-які проміжні ланки усуваються повністю: індустрія розваг, відео, музика, візуальні журнали і газети, довідкова інформація й освітні відео- чи звукові програми, усі форми публікацій, дистрибуція програмного забезпечення. Цього разу привабливим для клієнта є “швидкий товар”. Ще одна безперечна перевага ЕК полягає у скороченні операційних витрат. Як пише один відомий західний аналітик: “Людські контакти вимірюються в доларах, а електронна комерція – у центах”.

Нарешті, тип взаємовідносин “бізнес-споживач” значною мірою представлений електронною роздрібною торгівлею (shopping) і електронними банками (banking) і значно розширений з появою www. Клієнт - звичайний споживач “з вулиці”, щоправда, з “електронної вулиці”, оскільки йдеться про доступ у магазин з домашнього персонального комп’ютера. Сьогодні в “Інтернеті” багато торгових центрів, які пропонують будь-які споживчі товари. Та й взагалі, на сьогоднішній день в “Інтернеті” можна знайти усе – від астрофізики і рідких видів рослин східного Забайкалля до гороскопів і докладних креслень портативних вибухових пристроїв. Незважаючи на те, що маркетинг,

який народжується, у цій області, економічно стримує прогрес власне мережних технологій, справи йдуть добре.

Існує декілька способів заробити гроші у мережі: два опосередкованих і один безпосередній. Перший з них являє собою стягування плати за підписку, аналог електронних "вхідних квитків". В даний час він терпить повну невдачу, не враховуючи двох виключень, якими є порнографія і деякі види сервісу по наданню високо спеціалізованої політико-фінансової інформації. Зрозуміло, що набагато зручніше читати газети і журнали надрукованими, а не з екрана. По зрозумілих причинах у безкоштовній електронній версії вони повинні поширюватися двояким образом: або в скороченому варіанті, що містить лише найбільш цікаві статті чи їхні анонси, або в повній версії, але значно запізнілій в порівнянні з виконаною на традиційному носії. Ці затримки можуть коливатися від одного місяця до декількох тижнів. Схожа ситуація спостерігається й у сфері інформаційних послуг. Досить показовим у цьому є недавнє рішення журналу "Slate Magazine" корпорації "Microsoft". Він відмовився від плану поширення своєї он-лайн версії винятково на умовах платної підписки. (Майже рік назад "Slate" заклав для широкої публіки основну масу редакційних статей, розраховуючи схилити користувачів зважитися на річну підписку за \$19,95.) Зовсім недавно головний редактор "Slate" Майкл Кінслі (Michael Kinsley) визнав, що це рішення "випередило час".

До цього часу більшість газетних сайтів так і не змогли зібрати достатню кількість читачів - велику частину інформації можна відшукати в мережі безкоштовно. За словами Майкла Роджерса (Michael Rogers), редактора розповсюдженого без підписки видання "Newsweek Interactive", "зараз веб переживає золоте століття - не тому, що все так добре, а тому, що все безкоштовно". Один з тих деяких сайтів, за які люди згодні платити і який цього року має намір вийти на самокупність - "Wall Street Journal Interactive Edition". Однак його редактори визнають, що своїм успіхом він багато в чому зобов'язаний репутації друкованого видання.

Отже, споживач готовий платити за дуже обмежені види інформаційних послуг. У такий спосіб у даний момент багато видів платного інформаційного сервісу не виправдовують себе. Платні електронні мережні варіанти ЗМІ для широкого кола читачів поки виглядають тупиковою галуззю розвитку. У безкоштовному виді вони можуть являти собою лише рекламно-маркетингові варіанти (утримуючі анонси свіжих матеріалів, архіви вже "проданої" інформації, умови підписки, розміщення реклами й ін.) для підтримки материнських видань.

Другий опосередкований спосіб заробляти у мережі полягає в розміщенні реклами. В даний час мережна реклама знаходиться під контролем обмеженого числа фінансових груп. Так що навіть пошукові сервери тепер найчастіше шукають уже не те, що цікавить користувача, а те, за що сплачено гроші їх власникам.

Аналіз досвіду застосування можливостей "Інтернету" у комерції свідчить: покупець згодний платити лише за необхідну йому інформацію. Тому і розглядати всесвітню мережу слід лише як рекламоносій, а не як електронний супермаркет.

Найбільш популярними товарами в мережі є книги, компакт-диски й одяг - ці три види товарів в он-лайн купують найчастіше. За ними йде обладнання для комп'ютерів - найбільш популярний товар у Різдово.

Однак реклама в мережі не без підстав здається багатьом безнадійним тупиком. У "Advertising Revenue Report" відзначається, що темпи росту реклами відстають від росту самого "Інтернету". По відомостям, рекламних виносков переглядало не більш 2,5% користувачів п'ять років тому, 0,5% - рік назад і всього 0,2% - зараз. Пояснення цьому - у специфіці "Інтернету", що відрізняє її від телебачення і тому не гарантує ефекту телевізійної реклами. Комп'ютер є насамперед засобом комунікації і робочим місцем, а під час цих занять його користувачі не хочуть нічого знати про переваги автомобілів "Тойота", галереї знайомств і тому подібне.

Ця обставина дає парадоксальний ефект. Труднощі з оцінкою ефективності он-лайн реклами ведуть до зниження цін на неї. Тому що рекламодавців більше всього цікавить, скільки ж чоловік скористалося розміщеним рекламним модулем, а не те, наскільки вдалося підвищити популярність торгової марки компанії (як запевняють багато веб-видавців, банери просувають торгову марку компанії незалежно від того, відкривають їх споживачі чи ні).

Проте, незважаючи на пожвавлення ринку реклами в "Інтернеті", що спостерігається зараз, багато рекламодавців визнають її малоефективною. Систему "Інтернет" порівнюють із павутинним монстром. Уявімо собі, наприклад, кімнату з багатьма павуками, де кожен з них плете свою павутину. Павутиння сполучене одне з одним так, що павуки можуть вільно повзати по всьому цьому плетиві. Тепер ви маєте спрощене уявлення про "Інтернет" - сполучення багатьох різних комп'ютерів та комп'ютерних мереж по цілому світі. Подібно, як по телефону ви можете розмовляти з кимось на іншому боці Землі, через "Інтернет" можна за допомогою комп'ютера обмінюватися інформа-

цією з іншими комп'ютерами та користувачами комп'ютерів у будь-якій частині світу. Дехто називає "Інтернет" інформаційною супермагістраллю. Подібно, як дорога дозволяє мандрувати через різні місцевості країни, так само й "Інтернет" дозволяє інформації проходити через багато різних сполучених комп'ютерних мереж. Повідомлення переходять з однієї мережі на іншу, і кожна з них містить інформацію, що допомагає під'єднатися до суміжної мережі. Кінцеве місце призначення інформації може бути в іншому місті чи навіть в іншій країні.

Кожна мережа може "розмовляти" із сусідньою мережею за допомогою загальних правил, створених конструкторами "Інтернету". Скільки мереж по цілому світі сполучені таким чином? Згідно з деякими оцінками - понад 30 тис. Недавні опитування виявили, що ці мережі об'єднують більше 10 млн. комп'ютерів і понад 30 млн. користувачів по цілому світі. Вважається, що кожного року кількість під'єднаних комп'ютерів подвоюється.

Що можна знайти в "Інтернеті"? Він пропонує дедалі більше інформації на різні теми - від медицини до науки й техніки. Поміщається також багато матеріалу про мистецтво, інформація для студентів, повідомлення про розваги, спорт, нові товари і робочі місця. "Інтернет" дає доступ до щорічників, словників, енциклопедій та карт.

Однак слід взяти до уваги і деякі тривожні аспекти. Чи можна всю інформацію в "Інтернеті" вважати корисною? Які послуги і ресурси пропонує "Інтернет"? Яких запобіжних заходів слід ужити?

Широковідомою послугою "Інтернету" є всесвітня система посилення й отримання електронної пошти, яку називають "E-mail". По суті, електронна пошта є головною частиною потоку інформації в "Інтернеті", і багато людей користуються лише цією послугою "Інтернету".

Електронна пошта побудована на зразок звичайної. Написавши на комп'ютері свій лист, ви мусите вказати електронну адресу свого адресанта. Коли ви надсилаєте цей електронний лист, він починає подорож від вашого комп'ютера за допомогою пристрою, що називається модем, який через телефонну мережу під'єднує ваш комп'ютер до "Інтернету". Тепер лист іде до різних комп'ютерів, що служать, як регіональні та державні поштові відділення. Вони мають достатньо інформації, щоб доставити ваш лист до комп'ютера призначення, де його прийме ваш адресант. На відміну від звичайної пошти, електронна пошта передасть лист у місце призначення - навіть на інший континент - всього за кілька хвилин, а то й менше, хіба що якась частина мережі перевантажена або тимчасово не працює.

Коли ваш адресат перевірятиме свою електронну поштову скриньку, він знайде ваш лист. Швидкість електронної пошти і легкість, з якою повідомлення можна відправляти навіть багатьом адресатам по цілому світі, роблять її популярною формою зв'язку.

Але, незважаючи на наявні переваги, електронна пошта поки не може замінити телефон. По електронній пошті неможливо вести дискусії, що вимагають негайного ухвалення рішення, важко також викликати швидку допомогу чи пожежну команду. Незважаючи на високу швидкість доставки кореспонденції, оперативність телефону значно вище.

Але "Інтернет" не збирається поступатися завойованими позиціями. Зараз активно розробляються технології передачі звуку і зображення по мережі в реальному часі. Уже зараз можливо подзвонити комусь, використовуючи "Інтернет", якість зв'язку при цьому ні в чому не поступається телефонній, а ціна на кілька порядків нижче. Люди швидко оцінили переваги електронного зв'язку і все частіше й частіше на візитних картках, крім звичайних телефонів і факсів, стали з'являтися адреси електронної пошти.

Також досить популярною послугою є так званий Usenet. Він дозволяє групі людей вести обговорення на конкретні теми. Іншим підвидом цього задуму є електронна дошка оголошень (BBS). Електронні дошки оголошень подібні до Usenet, за винятком того, що всі файли зберігаються в одному комп'ютері, який обслуговується, як правило, однією особою або групою осіб. Теми, обговорювані групою, відображають різні інтереси, погляди й моральні цінності її членів, тому слід виявляти обачність.

Однією з початкових цілей "Інтернету" була можливість спільного використання інформації. Наприклад, викладач коледжу може знайти в "Інтернеті" іншого педагога, який погодиться поділитися з ним уже розробленим курсом лекцій. Через кілька хвилин файли можуть бути передані, хоча цих людей розділяла відстань у 3000 кілометрів.

А що робити, коли невідомо, де можна знайти потрібну інформацію в «Інтернеті»? Подібно до того, як ми знаходимо номер телефону в довіднику, користувач може знайти місце розташування інформації в "Інтернеті", спершу отримавши доступ до так званих пошукових ділянок. Користувач вводить слово або фразу, а пошукова ділянка відповідає списком місць в "Інтернеті", де можна знайти інформацію. Як правило, такий пошук безкоштовний і на нього йде всього кілька секунд.

Дуже популярною стає розроблена відносно недавно технологія RealAudio, що дозволяє передавати звук по "Інтернету" у режимі ре-

ального часу. Підключивши до комп'ютера динаміки, можна без радіоприймача слухати радіостанції. Навіть з нечисленних прикладів видно, що в мережі дійсно представлено безліч різноманітної інформації. Мережа "Інтернет" схожа на величезну світову бібліотеку, котра має тільки одну, але істотну відмінність: для пошуку книги в бібліотеці є каталог, у крайньому випадку можна звернутися до досвідченого бібліотекаря. Повного каталогу «Інтернету» не існує. Але пошук в "Інтернеті" можливий, і це, мабуть, є однією з найбільш важливих його сторін.

Для пошуку даних у мережі використовуються спеціальні сервери, інформація на яких підтримується й оновлюється практично автоматично. З появою пошукових серверів відбулася гуманізація мережі, тобто будь-яка інформація, про яку є хоча б якесь представлення, обов'язково буде знайдена.

Пошукові сервери - це окремі спеціальні комп'ютери, що автоматично переглядають усі ресурси "Інтернету" і індексують їхній зміст. При індексуванні ресурсів "Інтернету" пошукові сервери переглядають усю мережу. Для всієї знайденої інформації, будь то [www](#)-сторінка, стаття Usenet чи просто файл на сервері, визначається набір індексів, по якому потім можна буде одержати посилання на дану інформацію. Для забезпечення повноти пошуку індексами є всі слова, що зустрічаються в даному ресурсі.

Коли на сервер надходить запит у вигляді набору ключових слів, то він просто проводить пошук у своїй базі даних по заданих словах, одержуючи як результат посилання на документи в мережі, в яких містяться дані слова. Після цього результат сортується відповідно до частоти появи того чи іншого слова і повертається користувачу.

З боку усе виглядає дуже просто, але це зовсім не так. Одна з основних проблем тут - швидкодія комп'ютерів, що роблять автоматичний пошук по мережі, індексування результатів, обробка запиту і, нарешті, швидкодія самого [www](#)-сервера. "Інтернет" не має організаційної структури. Користувачі його послугами підключаються до різних національних чи міжнародних, комерційних чи державних компаній у системах телекомунікацій. Сформувалася складна багатовступінчаста схема виходу користувачів в "Інтернет" через численних посередників ("провайдерів") [2, С. 241]. Компаній і посередників, що забезпечують вихід у мережу "Інтернет", багато тисяч. Їм належать лінії зв'язку, але частіше вони їх орендують, визначаючи різні тарифи на послуги. Тому між ними йде тверда конкурентна боротьба за прибутки. Вони досить часто заохочують користувачів мережі наданням тих чи інших пільг. З огляду на велику завантаженість мережі, викликану

комерційною діяльністю, розробляється ще одна міжнародна мережа, яку дехто називає "Інтернет II".

Система "Інтернет" в цілому є платною. Усі абоненти - колективи чи окремі особи - вносять свою частку в оплату витрат. Однак не обов'язково, що кінцевому користувачеві приплюють квитанцію на оплату міжміської телефонної розмови, навіть якщо він відвідав багато міжнародних місць. Більшість користувачів розраховуються з місцевим комерційним підприємством (оператором) зв'язку з "Інтернетом", які в багатьох випадках збирають у користувачів лише постійні щомісячні внески. Як правило, підприємство зв'язку дає місцевий телефонний номер, щоб уникнути зайвих витрат. Як видно, можливості "Інтернету" величезні.

Одержати інформацію з "Інтернету" дуже просто, а оперативність можна порівняти з радіо: інформація доходить до користувача практично відразу після події. Зручними є Інтернет-версії газет і часописів: за короткий час можна ознайомитися з багатьма виданнями. Мережеві версії українських газет міцно утримують високі місця в рейтингах сайтів (тут можна згадати газети "День", "Факти", "Дзеркало тижня", англomовну "Kievpost"). Не відстають інформ-агенства, як Інтернет-версії традиційних Уніану, "Інтерфакс-України", так і суто мережеві: "Юкрейн Онлайн" ([www.online.com.ua](#)), Агентство Інтернет-новин ([ain.online.com.-uain](#)). Та й на трьох тисячах українських сайтів інформації дуже багато: від новин і прогнозів погоди до розваг і наукових праць.

Швидкий зв'язок (комунікативна функція) - величезна перевага "Інтернету". Це телеконференції, участь в чатах, де багато користувачів можуть спілкуватися на теми, що їх цікавлять, у режимі он-лайн, оперативно обмінюватися великими обсягами даних.

Репрезентативна функція мережі в Україні сьогодні ще розвинута недостатньо. Та зараз уже багато компаній впевнені, що найбільш ефективний засіб заявити про себе в усьому світі - це створити власний інформаційний ресурс, власну сторінку з інформацією про фірму, її досягнення та плани. Тому серед нових українських веб-сторінок, що з'являються щодня, все більше сайтів вітчизняних виробників і компаній [3, С. 65].

"Інтернет" - це проста, але в той же час досить складна комп'ютерно-інформаційна система. Вона немає організаційної структури, але для того, щоб користувач зумів потрапити в неї, існує спеціальна складна багатовступінчаста схема входу через численних посередників ("провайдерів").

Інтернет привабливий ще й тим, що керування мережними ресурсами тут абсолютно децентралізовано - на своєму сервері чи сайті кожен може представляти будь-яку інформацію в будь-якому порядку за умови, що вона технічно сумісна з підтримуваними системою і браузерами, технічними протоколами.

Основна функція мережі - надання різних послуг для своїх користувачів. В основному вона передає або надає інформацію різного виду - аудіо-, відео-, текстову тощо.

До того ж Інтернет надає не тільки величезну кількість всілякої інформації, але і можливість спілкування в реальному часі, використовуючи спеціальні програми. Плюси подібної електронної комунікації – знищення відстаней, можливість термінової відповіді, створення співтовариств по інтересах, а також, при бажанні, повна анонімність, тобто можливість «існувати» в іншій фізичній і моральній оболонці (хоча про користь останнього плюса зараз йде широка дискусія в суспільстві) [4, С. 4].

Можна констатувати факт, що система “Інтернет” є одночасно молодого за часовим аспектом і застарілою. Адже наукові розробки у сфері “Інтернет” та програмного забезпечення даної системи постійно тривають і з кожним днем мережа оновлюється. Усередині “Інтернету” постійно відбуваються зміни, внаслідок створення нових програм для кращого функціонування системи, для кращої пропускнуої здатності вузлів, ліній, серверів та швидкості передачі інформації. Саме тому систему можна назвати молодого - вона вдосконалюється і оновлюється кожного дня і кожної години.

Нарешті, українці можуть знайти багато корисної та необхідної інформації на вітчизняних сайтах. Ще й до того ж за підтримки Світового банку в Україні почали створювати проект “Україна: глобальний розвиток за допомогою “Інтернету”.

Слід зауважити, що на даному етапі свого розвитку система “Інтернет” має досить багато недоліків і внаслідок цього виникає величезна кількість невирішених проблем: неузгодженість або відсутність інформаційного законодавства щодо регулювання інтернет-відносин, викрадення тисяч чи мільйонів доларів хакерами; ламання програм та сайтів хакерами; виведення з ладу величезних кількостей комп'ютерів; віруси, що також завдають шкоди комп'ютерам; відсутність цензури і цей список можна було б ще довго продовжувати. Все це завдає моральної, а інколи і матеріальної шкоди людям.

Та з недоліками чи без них “Інтернет” прогресує і вчені передбачають йому велике майбутнє, але за умови вдосконалення інформаційного законодавства.

Література:

1. Антопольский А. А. Информационное общество: правовые вопросы социальных и демократических процессов в условиях использования информационных технологий (Ежегодный теоретический семинар) / А. А. Антопольский, М. В. Демьянец // Государство и право. – 2011. – № 8 (август). – С. 111–121.

2. Арістова, І. В. Еволюційний розвиток поняття «інформаційна сфера» [Текст] / І. В. Арістова // Вісн. Нац. ун-ту внутр. справ. – 2005. Вип. 31. – С. 239–245;

3. Гордієнко Г.В. Вхідження України у всесвітню систему інформації. // Нова політика. - 1999 р. - № 5 – С. 64-67.

4. Сек А.А. Журналістика тікає в “Інтернет” // Україна молода. - 2000. - 20 жовтня. – С. 4.

Комірчий Павло Олексійович

здобувач НА СБ України,
кандидат юридичних наук

Пентегов Володимир Анатолійович

головний науковий співробітник
науково-організаційного центру
Національної академії СБ України,
кандидат юридичних наук, старший
науковий співробітник

Проблеми створення системи оцінки загроз національній безпеці України

Слід підкреслити, що чітке нормативне визначення завдань, функцій та повноважень СБУ щодо забезпечення національної безпеки у сфері державної безпеки та протидії внутрішнім і зовнішнім загрозам дозволить: по-перше, підвищити якість оперативно-службової діяльності щодо захищеності життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави від реальних та потенційних загроз національним інтересам; по-друге, окреслити об'єкти та обсяг правового впливу на них СБУ з метою забезпечення національної