

Волощук Владислава Вікторівна,
студентка факультету соціально-психологічної
освіти та управління ДДУВС

Науковий керівник – Головіна О.В.
канд. іст. наук, доцент кафедри
соціально-гуманітарних дисциплін ДДУВС

ПРОБЛЕМА МЕДІАВПЛИВІВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

На сучасному етапі інформація стала основним ресурсом людства, базою технічного і соціального розвитку. Проблеми інформації – одні з найпопулярніших у науці. Після створення теорії інформації, посилення на неї можна побачити у працях науковців найрізноманітніших спеціальностей. Інформаційна взаємодія різних груп людства – найважливіша форма соціальної взаємодії. В останні роки інформаційний фактор викликав чимало революційних змін. Тепер увесь світ залучений в єдину інформаційну систему, до того ж вона працює, фактично, в режимі реального часу. Інформація для людства не лише умова, чинник певних подій, змін, але й стимул до дії. Дезінформація та інформаційний хаос викликають почуття безсилля й невпевненості. Велику роль у самопочутті суспільства відіграє також ступінь задоволення потреби в інформації. В нездоровому суспільстві зазвичай відчувається інформаційний голод.

Інформаційна проблема належить до глобальних проблем сучасності, бо передусім саме від неї залежить розвиток суспільства. Від її запасів і впорядкованості залежить спосіб розв'язання тієї чи іншої проблеми. До того ж виробництво інформації стосується всього суспільства й воно весь час зростає, відповідно, актуальності набувають проблеми, пов'язані зі споживанням інформації. Цю проблему можна розв'язати лише через упорядкування інформації, її сортування і спеціалізацію, внутрішню селекцію/самостійний вибір людиною.

Соціальний характер інформації обумовлений низкою факторів:

- її змістом, бо ця інформація відбиває суспільні процеси;
- суб'єктом використання і самим своїм призначенням, бо використовують її люди і в інтересах людей;
- самою специфікою звернення до неї.

Вона має складну структуру, яка охоплює науково-технічну, економічну, соціально-політичну, ідеологічну й інші види інформації.

Соціальна інформація характеризує як суспільні (політичні, економічні, тощо) процеси загалом, так і процеси, які відбуваються у різних, професійних, культурних, соціальних, сферах суспільства, зокрема. За ступенем скла-

дності соціальна інформація – безперечно, найскладніший і найрізноманітніший за організацією тип інформації. Вона необхідна умова і самого існування людини та успіху її діяльності. При вивченні та користуванні соціальною інформацією обов'язково слід враховувати той факт, що її потоки, проходячи через свідомість людей, обов'язково залишають на собі відбиток їхніх думок, почуттів. За призначенням процес соціальної інформації має обслуговувати інтереси складної соціальної системи, яка складається з багатьох компонентів, які потребують зв'язку та керування.

Суб'єкти являються основними структурними елементами інформаційного простору суспільства. Вони реалізують і здійснюють масове інформування (ЗМІ), активно позначають свої інтереси в інформаційному просторі і генерують інформаційні потоки. До суб'єктів діяльності в інформаційному просторі суспільства, що реалізує державну інформаційну політику, відносяться: засоби масової інформації (ЗМІ), органи державної влади і управління. Об'єкти управління в інформаційному просторі – це всі елементи і системи, існуючі в цьому просторі (відмінності між ступенем і формою впливу визначаються індивідуальними властивостями і особливостями об'єктів управління і їх значимістю для цілей і завдань інформаційної політики держави).

Засоби масової інформації не лише виконують інформативну функцію (хоча вона й має бути основною), але пропагують ідеї, погляди, вчення, політичні програми і беруть, таким чином, участь у соціальному управлінні. Шляхом формування громадської думки, вироблення певних установок, вони спонукають людину до тих чи інших вчинків. Надійність інформації відіграє важливу роль. У роботі з нею бувають перекошення через різні, зокрема об'єктивні, причини, оскільки на цей час, ще немає адекватних технічних засобів і обладнання, які б виділяли сфальсифіковану інформацію, вибраковували застарілу. Однак набагато більшу роль відіграє спеціальне перекошення. При роботі з інформацією, передовсім із масмедіа, людина має усвідомлювати та усувати вплив такого перекошення.

Для здійснення впливів на свідомість використовують чимало методів, які базуються на дослідженнях соціальної психології. Розглядаючи проблему медіавпливу на поведінку людей та чинники ефективності інформаційних кампаній» С.М. Іванченко розглядає феномен довіри до ЗМІ та систему «вірю — не вірю», яка виконує функцію когнітивного фільтра, що захищає групову ідентичність та тестує інформацію на достовірність. Автор зазначає можливість комунікативного впливу на реципієнта, а також здатність останнього сприймати інформацію, аналізувати її та робити висновки. Слід зважати на обмежений обсяг інформації, який індивід здатен переробляти у одиницю часу, тому не вся інформація, яка надходить з усіх боків, має бажаний вплив. Враховуючи постійний надлишок інформації у сучасному середовищі, його перевантаження, можна припустити, що, на відміну від часів, коли інформації бракувало, зараз люди схильні замість її пошуку вдаватися до протилежного — до обме-

ження, обираючи лише те, що цікаво / актуально / необхідно [1]. Можливість сприймання контенту визначається релевантністю змісту інформаційного простору ментальним структурам реципієнта. Якщо інформацію подають у формі, для якої індивід немає «рецепторів», вона не сприймається.

Українське суспільство, якщо воно прагне залишатися демократичним та відбутися як громадянське, має додержуватися балансу між двома полюсами: з одного боку, без свободи слова нема демократії, з іншого – існує небезпека використання свободи слова та засобів розповсюдження інформації для маніпулювання масовою свідомістю. Тому навички оперування інформацією, формування критичного мислення та медіаграмотності – є актуальним завданням українського суспільства та освітнього простору.

1. Іванченко С.М. Медіавплив на поведінку людей: чинники ефективності інформаційних кампаній / С.М. Іванченко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальная коммуникация». – Том 21 (60). – 2008. – №1. – С.56–60.

Кальчик Дар'я Сергіївна
слухач ННІ заочного навчання
та підвищення кваліфікації
Карпенко Роман Валерійович
к.ю.н., викладач кафедри
цивільно-правових дисциплін
(Дніпропетровський державний
університет внутрішніх справ)

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ДОМЕННИХ ІМЕН ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ

На сучасному етапі з розвитком електронної торгівлі компанії позначають себе і відповідно свої товари та послуги в глобальній мережі Інтернет за допомогою таких засобів індивідуалізації, як торгівельні марки, комерційні найменування, географічні зазначення, які допомагають їм привернути більше уваги покупців-користувачів Інтернет до своєї діяльності або до власних товарів і послуг, використовуючи для цього, як правило, доменні імена. Із розвитком ділового підприємства в мережі Інтернет, зростанням ролі зв'язку між комп'ютерами через Інтернет, розширенням мережі Інтернет істотно активізувалися процеси, пов'язані з охороною доменних імен в мережі Інтернет. Все це свідчить про актуальність дослідження питань, пов'язаних з особливостями захисту прав на доменне ім'я.

Одною з найактуальніших на сьогодні правових проблем у сфері ІТ-відносин є проблема визначення правової природи та забезпечення на-