

комп'ютера, що володіють кліповою фрагментарною свідомістю, часто не в змозі критично оцінити ті або інші повідомлення [3, с. 174]. Все важче придумати щось своє, індивідуальне, адже ми живемо у велетенському інформаційному полі, у якому всі рішення можна знайти за одним кліком. З таким типом мислення неможливо аналізувати інформацію через те, що вона не затримується у думках надовго і швидко заміщується іншою.

Отже, «кліпове мислення» являється тепер невід'ємною частиною нашого сучасного світу. І всі повинні розуміти, що з цим потрібно боротися. Наразі, від технологій втекти неможливо і потрібно змиритися з наслідками цього. Психологи рекомендують почати читати класичну літературу, дискутувати з іншими людьми на різні теми та ходити на довгі театральні вистави. Хоча б іноді потрібно відпочивати від технологій і знаходити спільну мову з самим собою. А найголовніше – це мати власну думку у будь-якому питанні і вміти її аргументувати. Адже, коли у людини є власна, тверда позиція, нею неможливо маніпулювати. І лише це є запорукою збереження особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Toffler A. The Third Wave. William Morrow and Company inc. N.Y., 1980. 544 p
2. Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ / С. И. Симакова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – №2 (24). С. 107-118.
3. Доука, С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества / С. В. Доука // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 169–176.

Дмитро Анісімов

викладач кафедри спеціальної фізичної підготовки

Дніпропетровського державного

університету внутрішніх справ

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК МОТИВУЮЧИЙ ФАКТОР ВЧИНЕННЯ ПРОТИПРАВНОГО ВПЛИВУ НА РЕЗУЛЬТАТИ ОФІЦІЙНИХ СПОРТИВНИХ ЗМАГАНЬ: ОКРЕМІ ПИТАННЯ

Сьогодні свобода асоціюється із ступенем матеріального достатку. Бажання збагачення породжується постійною його рекламою, а також виховання у людей надмірних викривлених потреб. Засоби масової інформації слугують активним інструментом розпалювання штучних, не потрібних людині бажань. Рекламі вдається пробудити в людях все нові і нові бажання. Піддаючись їй людина починає відчувати що їй необхідно купити і те й інше і третє. І в результаті людські маси починають все більше і більше відчувати почуття незадоволеності, стають більш пригнічені, ніж раніше, бо у них немає коштів на покупку всіх речей, які підсовує їм майстерна реклама» [1, с. 44]. Однією із можливостей легкого збагачення, яка рекламується через засоби масової інформації – це ставки на спорт.

Питання постає не взагалі в ЗМІ, а в тому як їх використовувати. Адже ЗМІ з іншої сторони є перспективним джерелом інформації під час виявлення протиправного впливу на результати офіційних спортивних змагань.

Перш за все, четверту гілку влади, як ЗМІ ще іноді називають, повинні контролювати державні органи. Якщо це безпосередньо стосується безпеки громадян. Адже, чи може позитивно вплинути на свідомість людини реклама тютюну, алкоголю, руйнування сімейних цінностей, наркотиків та насилля? Однак відповідно до ст. 15 Конституції України цензура заборонена. Про це також говорить і ст. 24 Закону України «Про інформацію» забороняється накладати будь-яку заборону чи перешкоджати поширенню інформації.

З 15 травня 2009 року в Україні діяв Закон України «Про заборону грального бізнесу» і відповідно заборонявся будь-який прояв грального бізнесу та участь в азартних іграх. І тому було дозволено проведення тільки державних лотерей, проведення яких регулюється Зако-

ном України «Про державні лотереї в Україні».

Все змінилось 14 липня 2020 року із прийняттям Закону України «Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор». В Україні став легалізований гральний бізнес. Даним законом зокрема регулюється організація та проведення азартних ігор в мережі Інтернет. Таким чином ставки на спорт легалізовано, але ст. 369-3 Кримінального кодексу України передбачено кримінальну відповідальність за порушення заборони розміщення ставок на спорт, пов'язаних з маніпулюванням офіційним спортивним змаганням з одержанням в результаті цього неправомірної вигоди.

Спорт вже далекий від ідеальної концепції П'єра де Кубертена. Спорт високих досягнень все частіше використовують для збагачення, отримання політичних переваг та злочинної діяльності.

Оцінка грального бізнесу як негативного соціального явища не є однозначною, про що свідчать різні підходи держав світу щодо нормативно- правового регулювання організації та участі в азартних іграх [2, с. 12]. Однак, погоджуємося з думкою С. Рябчука, що гральний бізнес є вкрай небезпечним видом господарської діяльності, що підриває соціально-економічну атмосферу життєдіяльності суспільства. Небезпечність цього виду діяльності полягає в тому, що цей вид господарської діяльності нерозривно пов'язаний з таким суспільним явищем, як азартні ігри, які в свою чергу виявляють руйнівний вплив на особистість гравця, спричиняючи у деяких випадках патологічну залежність до них [3 с. 191].

З вище викладеного, вважаємо, що легалізація грального бізнесу в Україні є передчасним і необґрунтованим кроком законодавця. Приймаючи даний закон Верховна Рада передбачала в подальшому поповнення державного бюджету через оподаткування азартних ігор і букмекерської діяльності, залишаючи на задньому плані негативні наслідки, які можуть настати в суспільстві за допомогою реклами в ЗМІ. Тому, можемо дійти до висновку, що розглянута тема є актуальною та перспективною в подальшому науковому дослідженні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Э. Мельникова Почему они совершают преступления? Москва. Молодая гвардия. 1974, 124 с.
2. Філютович-Герасименко В.С. Адміністративно-правові засади протидії незаконному гральному бізнесу в Україні : дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2016. 246 с.
3. Рябчук С.В. Кримінологічна характеристика та запобігання гральному бізнесу : дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2018. 218 с. URL: https://ivpz.kh.ua/wp-content/uploads/2019/03/diss_riabchuk_07_03_19.pdf (дата звернення: 03.10.2020).

Аліна Антипова

здобувач вищої освіти факультету підготовки фахівців для підрозділів стратегічних розслідувань

Науковий керівник:

Наталія Комих

*доцент кафедри гуманітарних дисциплін та психології поліцейської діяльності
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ,
кандидат соціологічних наук, доцент*

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛІЦЕЙСЬКИХ

У сучасному суспільстві ми часто стикаємося з різноманітними стереотипами, найчастіше вони проявляються, саме у гендерному питанні. Надзвичайно важливим є питання про визначення соціального статусу жінки-правоохоронця. Диференціація причин присутності