

УДК 159.9

DOI: 10.31733/17-03-2023-571-572

Віоріка ВЛАСОВА

курсант факультету підготовки фахівців
для підрозділів превентивної діяльності

Науковий керівник:

к.іст.н., доц. **Кирило НЕДРЯ**

*(Дніпропетровський державний
університет внутрішніх справ)*

MEDIASAPIENS: ОСОБЛИВОСТІ МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ ЗМІ НА СУЧАСНИКА

В епоху глобальних інформаційних війн, розквіту пропаганди та тотального охоплення всіх сфер життя ЗМІ, на топ-рівень актуальності виходить сама проблема взаємовідносин людини та вже зазначених засобів масової інформації. При чому, якщо раніше питання стояло у обмеженнях і контролі за ЗМІ, то на теперішньому етапі розвитку людства, можемо сказати, що проблема вже у іншому – прийнятті нового типу людини, який ми назвали *mediasapiens*, а також оцінці загроз з цим пов'язаних. Чому ми ставимо питання таким чином? Все достатньо просто, якщо ми відійдемо від традиційного розуміння ЗМІ, де є професійний контент, фахівці, що його створюють, а також відповідні канали передачі – телебачення, радіо, преса. Тепер це вже все історія, оскільки з розвитком комунікаційної сфери та соціальних мереж, фактично кожен є і творцем і споживачем контенту. Звичайний школяр має змогу створити канал в Телеграм, або на Ютуб (подекуди є блогери з віком 12 років, аудиторія яких досягає декількох сотень тисяч глядачів), або мати досить розкручену сторінку в ТікТок. І, безумовно, все це суттєво впливає на характер поведінки як блогера, так і аудиторії, фактично маючи змогу трансформувати системи духовного та морального розвитку, а отже і психологічних характеристик окремих особистостей і суспільства загалом. Адже не дарма існує думка, що той, хто володіє ЗМІ, володіють громадською думкою, а отже має змогу впливати на владу, а подекуди і на глобальні процеси (Приклад – Ілон Маск з Твіттером).

Особливістю цього періоду є перенасиченість інформацією, що призводить до довжини її життя – вона не лише швидко забувається, а й розмиває наші ціннісні орієнтири. Люди перестають співпереживати жертвам катастроф, так як втрачають вміння аналізувати дані та фізично не здатні перевірити кожен прочитану новину. А це вже створює відповідні психологічні наслідки, які, навіть, мають цілком фізіологічні показники. Власне тому, люди піддаються маніпуляціям та споживають фейки.

Такі тенденції науковці почали помічати досить давно. Так, визначний соціолог та культуролог з Канади – Маклуен Г. М., відмічав, що «ера масових і загальнодоступних ЗМІ, а також електронної інформації – змінює як життя людини, так і її саму. Засоби масової інформації у сучасному вигляді, фактично знищують на планеті простір і час, стирають кордони, пов'язуючи в єдину мережу найвіддаленіші куточки та абсолютно не знайомих людей. З'являється навіть відповідний термін – «глобальне село» [2, с. 23]. Дослідник показує, як в результаті зазначених процесів, широта і величина світу, звелася ментально до розмірів «села», що стало можливим завдяки все тому ж миттєвому доступу до комунікації та інформації. Цікавим є зауваження науковця, що це село забезпечує «незгоду з усіх питань», що чудово ілюструє проблему відсутності потреби в глибокому аналізі щодо інформації, аргументації і дискусивних навичок. Та і взагалі, якщо взяти глобально, то за таких умов, зникає навіть фізичне тіло людини, яка може бути в мережі ким завгодно і не залежати від будь-яких стереотипів і упереджень. Це дає змогу фактично брехати, виставляючи себе за іншого, не вказувати до кінця яку-небудь інформацію, прикрашати реальність [3]. Людина відчуває себе в абсолютній безпеці, думаючи, що вона настільки замаскована, що ніхто не зможе її впізнати, вона може вступати в різні зв'язки, показувати себе експертом з усіх питань, хоча її обізнаність в даних областях обмежена поверхневими знаннями, але під рукою – інструменти мережі, які виручають (Google, Wikipedia, тощо).

Безумовно, що за такої ситуації, пересічний споживач може перетворитись на

людину з зовсім іншими цінностями та навіть власною ідентичністю. Цьому також сприяє упередження – схильність людини до сприйняття інформації, що підтверджує її власні переконання та ігнорування тієї інформації, що цим переконанням суперечать. Це самоізоляція у певному колі однодумців. Відповідним визначенням для таких груп є – «зона власного комфорту» [4].

Розглядаючи дану тему, обов'язково варто зупинитися на такому інструменті як пропаганда. Хоча, це фактично є певною моделлю побудови інформації та її використання. Варто зауважити, що агресивного використання. Науковці Е. Херман та Н. Хомські, вказували, що пропаганда є фактично зброєю і за наявності зосередженої в певних руках влади, призводить до вибірковості та фільтрації новин [5, с.102]. ЗМІ фактично втрачають незалежність, оскільки вони «служать і пропагують від імені потужних суспільних інтересів, які контролюють та фінансують їх». А у випадку сучасної доступності медіа ресурсу (фактично в кожного у кишені), маніпуляції теж спрощуються і впливають на кожну сферу життя – від політичних переконань, до побудову родинних стосунків та кулінарії. У психології це пояснюється Фактором сенсаційності та скандальності [4]. Сенсація має умовно пріоритетний попит у споживачів та користується підвищеною увагою останніх. Чим скандальніша новина, тим менше її перевірятимуть, аби ніхто не спростував. Схильність до ілюзорної істини — багаторазове повторення певної інформації сприяє формуванню думки щодо її істинності та правдивості, навіть коли людина напевно знала реальний стан речей, особливо без можливості критично та детально розглянути питання [4].

Наразі, фіксується тенденція до зниження довіри до ЗМІ, однак, є одне «Але»! Мова йде про традиційні засоби масової інформації. Так, дослідники звертають увагу на те, що 68% громадян є активними користувачами соціальних мереж для отримання новин. І цей показник постійно зростає [6].

Таким чином, можемо зробити висновок, що ми фактично перебуваємо у перехідному етапі народження нового типу людини – *mediasapiens*, для якої характерні не те що інші цінності, а вони взагалі є дуже пластичними і залежними від того, хто сьогодні авторитет у його кишені. І саме з цими викликами сучасності нам варто боротися, хоча, багато в чому вже запізно.

1. Мак-Люен, Маршалл. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / М. Мак-Люен ; пер. з англ. В. І. Постнікова, С. В. Єфремова. — К. : Ніка-Центр, 2001. — 464 с. — С.23.

2. Дослідження про соціальні мережі: [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.applied-research.ru

3. Психологічні аспекти пов'язані з пост правдою: [Електронний ресурс] – Режим доступу: wikiwand.com

4. Виробництво згоди. Політична економія мас-медіа: JeffGoodwin. What's Right (And Wrong) about Left Media Criticism? Herman and Chomsky's Propaganda Model // Sociological Forum / Edward S. Herman, Noam Chomsky. — 1994. — Т. 9, вип. 1. — С. 101–111.

5. Данні соціологічного опитування: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2803560-dovira-ukrainciv-do-zmi-za-rik-znizilasa-na-11.html>

УДК 004

DOI: 10.31733/17-03-2023-572-574

Даніела ГОЛУБЄВА

курсант ННІ права та підготовки
фахівців для підрозділів Національної поліції
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ: РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

У сучасному світі, коли інформаційні технології досягають високих рівнів розвитку, національна безпека неможлива без забезпечення інформаційної безпеки. Кібератаки, кібершпигунство, кібертероризм і кіберзлочинність можуть серйозно підірвати національну безпеку, тому в кожній країні необхідно розробляти стратегії захисту, які