

одним. Таким чином, технології роблять освіту ефективнішою, ніж будь-коли.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

- 1). Превилл, П. Як навчити покоління Z в класі. [Електронний ресурс] // tophat.com: TOP HAT. URL: <https://tophat.com/blog/generation-z-teach-classroom/>
- 2). Бектон Л. Технологія в освіті: Повний посібник. [Електронний ресурс] // educationcorner.com. URL: <https://www.educationcorner.com/education-technologies.html>;
- 3). Бектон Л. Використання стільникових телефонів як засобів навчання [Електронний ресурс] // educationcorner.com: URL: <https://www.educationcorner.com/cell-phones-learning-tools.html>.

Вікторія Голобородько

*здобувач вищої освіти (магістерський рівень)
факультету підготовки фахівців
для органів досудового розслідування*

Науковий керівник:

Інна Шинкаренко

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

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ МЕДІА-СВІДОМОСТІ

Статтею 19 Загальної Декларації прав людини передбачено, що кожна людина має право на свободу переконань і на вільне їх виявлення. Це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань та свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів [1, с.1].

З кожним днем сучасна людина все збільшує свої інформаційні можливості та розширює масштаби отримання інформації з різних джерел. Наразі до таких джерел відносяться: мережа Інтернет, телебачення, радіо, кіно, друковані ЗМІ, тощо. Інформація є важливим і надзвичайно значущим компонентом сприйняття навколишньої дійсності в суспільстві, тепер навіть важко уявити собі життя без соціальних мереж, перегляду улюблених телепередач, спілкуванні в соціальних мережах.

Основоположною метою інформаційної гігієни є попередження негативного впливу інформації на психічне, фізичне та соціальне благополуччя окремої людини, соціальних груп, населення в цілому, а також розповсюдження, споживання, зберігання та відтворення інформації, наукове обґрунтування гігієнічних нормативів інформації, інформаційного середовища, інформаційних мереж та процесів [2, с.83-91].

Так, боротьба за свідомість громадян здійснюється за допомогою інформаційних засобів впливу, які застосовуються з метою нанесення відповідного інформаційного або психологічного впливу. Для розуміння того, що відбувається в медіа світі, потрібно навчитися розрізняти такі два поняття як «пропаганда» та «інформування». На перший погляд «пропаганда» та «інформування» – це майже тотожні поняття, адже вони зазвичай означають надання інформації, проте мають суттєву різницю. Інформування роз'яснює та розповідає про події, явища і факти, які мають достовірну, перевірену інформацію, а пропаганда виконує не тільки цю місію, але й намагається вказати на правомірність дій та суджень лише одній стороні конфлікту, маніпулює свідомістю людини.

Тематиці інформаційної гігієни присвячені арт-проекти та тренінги, зокрема проект «Програма медіаграмотності громадян», «ARTEFACT». Проекти, присвячені актуальній

проблемі впливу інформації на людину, фільтруванню фейкових новин, мають на меті підвищити медіаграмотність суспільства [3, с.1].

Для виявлення маніпулятивної та пропагандистської, інформації, яка засмічує медіасвіт, можливо застосувати п'ять простих правил інформаційної гігієни:

Не довіряти інформації, яка постійно повторюється. Часте повторення ідентичної інформації є одним з методів маніпуляцією свідомістю людини. Так, людина отримує ідентичну інформацію, або відмінну, але з аналогічними тезами, і таким чином має зробити висновок у правдивості отриманої інформації. Що у свою чергу формує певну точну зору громадянина, яка вигідна розповсюдженню або замовнику інформації. Наприклад, новини, які несуть характер замовних або ж «темники», про які Україна дізналась на початку 2000-років і які, вірогідно, й зараз використовуються у медіапросторі [4, с.1].

Перевірити інформацію, яка зацікавила, мінімум в трьох авторитетних джерелах, що дозволить поглянути на отриману інформацію під іншим кутом та з різних точок зору, а також співставляти вказану інформацію. Ми живемо в часи, коли для поширення будь-якої інформації для широкого загалу не потрібно багато часу, і якщо, наприклад, актуальна новина, на яку є запит суспільства, буде поширена на одному вебресурсі, то незабаром вона з'явиться на інших. Проте, авторитетні джерела інформації не ризикують поширювати неперевірену інформацію, з чого ми і отримуємо наступний пункт.

Напрацюйте собі ряд авторитетних джерел інформації, це мінімізує можливість впливу та потрапляння до вас маніпулятивної та пропагандистської інформації. Водночас, ці джерела мають бути досить авторитетними, різносторонніми та з відкритою інформацією про власника або коло власників. Адже, як вище зазначалося, національні телеканали, газети зі значними тиражами, або інформаційні агенції вебсайти, яких відвідують мільйони читачів, не будуть ризикувати поширювати неперевірену інформацію.

Найчастішим способом маніпулювання свідомістю людини є емоційна забарвленість, що притаманна більшості пропагандистським матеріалам, помітити таку інформацію не важко, досить просто звернути увагу на використання прикметників та інших слів, сформованих з частин мови, не характерних для ділового стилю мовлення засобів масової інформації [5, с.46-50].

Необхідно розрізняти інформацію рекламного характеру, хоча згідно чинного законодавства України рекламні публікації мають бути поширені в рубриці "Реклама" чи "На правах реклами", проте, не всі дотримуються вказаних норм. Зокрема, часто можливо побачити інформацію, яка висвітлює людину чи групу осіб в «світлих» тонах, говорячи лише про позитивні сторони. В медіа спільноті таку подачу інформації іменують – іміджевою, адже метою цієї інформації є покращення іміджу особи або групи осіб. Перевірити таку інформацію можливо, дізнавшись про власника поширювача інформації та переглянувши більше інформації по вказаній темі зі сторонніх джерел [6, с. 1; 7, с.1;].

Отже, роль інформаційної гігієни відіграє велике значення у можливості отримати об'єктивну та правдиву інформацію. Критичне мислення, усвідомлення важливості формування медіа-свідомості є наріжним каменем у формуванні вільного медійно незаангажованого та не заідеологізованого суспільства. Саме того суспільства, яке може виокремлювати потрібну і правдиву інформацію та використовувати її під час прийняття та ухвалення рішень у всіх галузях життя. Тож, в епоху інформаційних технологій та всебічно вільного доступу до інформації, для побудови такого суспільства маємо розвивати власну медіа-свідомість, щоб не загрузнути в інформаційному смітті та маніпулятивних технологіях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Загальна декларація прав людини. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text.
2. Халамендик В. Б. Інформаційна гігієна як фактор збереження психічного здоров'я людини / В. Б. Халамендик. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Запоріжжя, 2008. Вип. 35. С. 83-91.
3. Інформаційна гігієна. Як досягти гармонії. URL: <https://artefact.live/%d1%96%d0%bd%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d0%b0%d1%86%d1%96%d0%>

b9%d0%bd%d0%b0%d0%b3%d1%96%d0%b3%d1%96%d1%94%d0%bd%d0%b0%d1%8f%d0%ba%d0%b4%d0%be%d1%81%d1%8f%d0%b3%d1%82%d0%b8%d0%b3%d0%b0%d1%80%d0%bc/

4. Громлюк І. «Соросята» і «темники від посольства США». Хто і як поширює в Україні анти-західну пропаганду в соцмережах. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/25596/2020-09-28-sorosyata-i-temniki-vid-posolstva-ssha-khto-i-yak-poshiryue-v-ukraini-antizakhidnu-propagandu-v-sotsmerezkhakh/>

5. Навчання медіаграмотності громадян: посібник для тренерів / Академія Української преси, StopFake та IREX. С.46-50. - URL: <https://www.aup.com.ua/mediaosv/programa-mediagramotnosti/>

6. САФАРОВ А. ВИМОГИ ДО МАРКУВАННЯ РЕКЛАМИ – РОЗ'ЯСНЕННЯ ЮРИСТІВ ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/vymogy-do-markuvannya-reklamy-roz-yasnennya-yurystiv-imi-i32453>

7. Про рекламу : ЗАКОН УКРАЇНИ від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96%D0%B2%D1%80#Text>

Катерина Дракіна

здобувач вищої освіти

Науковий керівник:

Андрій Перетокін

*к.і.н., доцент кафедри українознавства,
документознавства та інформаційної діяльності
ДВНЗ «Придніпровська державна академія
будівництва та архітектури»*

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНИКА – ПСИХОЛОГІЧНІ ТА МОРАЛЬНІ АСПЕКТИ

Досить часто характер нашої поведінки залежить від конкретних медіа, яким ми надаємо перевагу. В наш час засоби масової інформації (далі ЗМІ) мають найбільш вагомий вплив на громадську свідомість та людей. Здатність швидко та майже тотально охоплювати найбільш великі аудиторії дає їм можливість трансформувати систему духовного та морального розвитку, і в розвинутих суспільно-політичних системах панує теза, що ті, хто володіє ЗМІ, володіють громадською думкою. Саме за допомогою мас-медіа серед різних категорій населення пропагуються певні ціннісні установки, світоглядні стереотипи та моделі поведінки, внаслідок чого спільні смаки і форми “культурного споживання” поширюються серед усіх категорій населення. З огляду на це, у змаганні за культуру мас-медіа перебувають практично поза конкуренцією [1]. Коли інформації забагато, вона не лише швидко забувається, а й розмиває наші ціннісні орієнтири. Ми перестаємо співпереживати жертвам катастроф, так як втрачаємо вміння аналізувати дані, бо вже фізично не здатні перевірити кожную прочитану новину, тому й піддаємося на маніпуляції та віримо фейкам. Розглянемо декілька теорій та концепцій, що вивчають вплив засобів інформації на людину.

Відповідно до концепції відомого канадського соціолога і культуролога Маклуена Г. М. ера мас-медіа і електронної інформації змінює як життя людини, так і її саму. Сучасні ЗМІ, як складова частка масової культури, знищують на планеті простір і час, національні кордони, пов'язуючи в єдину мережу найвіддаленіші куточки, які називаються терміном «глобальне село» в книгах «Галактика Гутенберга. Становлення людини, що друкує» [2, с. 23]. Маклуен показує, як в результаті Земна куля «стиснулася» до розмірів «села» (настав час імплузії), стала можлива миттєва передача повідомлень з будь-якої точки світу в будь-які інші. Глобальна село «абсолютно забезпечує незгоду з усіх питань». Тобто в той час вже знали як буде виглядати наше суспільство. Прикладом цього є Соціальні мережі, але вони скоріш асоціюються з ігровим полем з правилом: Інтернет місце, де зникає тілесність гравця, його соціальний статус, вік, стать і т. п., в силу чого людина відчуває себе гравцем, рівним іншим на цьому полі. Завдяки цьому люди можуть створити коло спілкування, де можна