**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Західноукраїнський національний університет**

**Соціально-гуманітарний факультет**

Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

**Гурзель Владислав Ігорович**

**Роль засобів масової комунікації у глобалізаційних процесах**

ТЕРНОПІЛЬ – 2021

**ЗМІСТ**

ВСТУП………………………………………………………………………………

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІЙ СФЕРІ ….…………………………………………………..

1.1. Аналіз ключових понять дослідження……………………………

1.2. Концепції діяльності та функції засобів масової комунікації……………..

1.3. Особливості глобалізації в інформаційному просторі . ……………………

Висновки до розділу 1……………………………………………………………..

Розділ 2. МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ………………………………………………….

2.1. Сучасні проблеми та виклики інформаційної сфери ………………………

2.2. Аналіз впливу засобів масової інформації на формування громадської думки………………………………………………………………………………..

2.3. Формування особистості під впливом засобів масової комунікації……….

Висновки до розділу 2 …………………………………………………………….

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗМІ У ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОМУ ВИМІРІ……………………………………………………………………………..

3.1 Рекомендації щодо врегулювання інформаційного простору ……………..

3.2 Способи якісної взаємодії засобів масової комунікації і суспільства………

Висновки до розділу 3 …………………………………………………………….

Висновок……………………………………………………………………………

Список використаної літератури …………………………………………………

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.** На сьогодні інформація, відіграє значну роль у глобалізаційних процесах і зважаючи на її суспільну важливість, масовість і доступність, змінює правила гри у політичній, військовій та економічній сферах. Деякі засоби масової комунікації володіють цілими просторами: преса, телебачення, радіомовлення, інтернет соціальна мережі і інше. Втім навіть цей невеликий перелік має значний психологічний вплив, пресинг , особливо за наявності грошей. Засоби масової інформації не лише виконують обєднуючу і інформативну функцію, а й відіграють деструктивну роль, шляхом створення і пропагування у громадську свідомість негативних образів, чужих українській культурі, національних традицій, ідеалів і цінностей. Тому держава й громадськість мають слідкувати за появою регресивних тенденцій в інформаційному полі й організувати весь потенціал засобів масової інформації для утворення й функціонування такої системи, яка змогла б захистити духовну єдність суспільства, зберегти емоційне та морально-психологічне здоров’я нації. Тому це дослідження є доцільним , **актуальним** і своєчасним, якщо враховувати, що на сьогодні досить поширеною є думка про те, що громадська поведінка, свідомість, настрої та здоров’я людей істотно залежать від інформаційного поля, що створюється засобами масової інформації в умовах глобалізаційних викликів.

В українській науковій літературі питання впливу сучасних інформаційних технологій на масову політичну свідомість та здоров’я людини розглядалося в низці публікацій таких науковців як: Л. Городенко, А. Дігтяренко, Л. Левченко, Г. Почепцов, В. Ткачук, Т. Приступенко, В. Шкляр та ін. Серед зарубіжних авторів можна виокремити – В. Ліппмана, Г. Лассуелла, Р. Беркмана, Д. Мерріла, Е. Денніса, Р. Даля, Х. Рейнгольда, А. Херберта та ін. Незважаючи на велику кількість досліджень про вплив засобів масової комунікації на масову політичну свідомість та здоров’я людини, до теперішнього часу залишаються мало дослідженими окремі теми даної наукової проблеми.

Зокрема, **малодослідженими** є пихологічні наслідки впливу великої кількості інформації на суспільну політичну свідомість і здоров’я людини, оскільки швидко змінюються не тільки людські думки, змінюються наші оцінки, реакція на одні й ті ж події, які викликали велику кількість людських емоцій, виливалися в бурхливі обговорення, викликали глибокі зміни не лише в нашому баченні певного аспекту, а й сподівання на зміни, що відбудуться перестанови в суспільній ментальності, в суспільстві в цілому.

**Обєктом дослідження є** діяльність засобів масової комунікації у глобалізаційних процесах

**Предметом дослідження є вплив інформаційної індустрії на розвиток глобалізаційних процесів .**

**Мета дослідження** – полягає у вивченні особливостей діяльності ЗМІ в сучасному глобалізаційному просторі. Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

* дослідити вплив **засобів масової комунікації** на суспільну свідомість;
* окреслити позитивні і негативні сторони глобалізаційних процесів.
* виробити рекомендації щодо ефективного врегулювання інформаційного простору в особистому вимірі людини.

**Методи дослідження**. У ході дослідження було використано:

- методи абстрагування й узагальнення, індукції й дедукції, метод моделювання, порівняльний аналіз - із метою визначення особливостей та відмінностей у різних трактуваннях понять ЗМК та ЗМІ;

- комплексний підхід - із метою забезпечення цілісності дослідження, що дало можливість здійснити комплексне дослідження ЗМК, з’ясувати теоретичні особливості інформаційно-комунікаційних технологій ;

- єдність історичного й логічного аналізу, за допомогою чого проводилося узагальнення підходів до визначення змісту понять «інформаційне суспільство» та «інфортаційні технології»;

- системний підхід, за допомогою якого було проведено аналіз наявних підходів до розмежування понять ЗМК та ЗМІ;

- структурно-функціональний метод, використання якого дозволило розглянути сферу ЗМК в єдності її основних компонентів - дослідити розвиток інформаційного суспільства провідних світових держав.

**Наукова новизна** отриманих результатів полягає в комплексному обгрунтуванні теоретичних засад функціонування ЗМК в інформаційному просторі. Проаналізованопідходи до визначення ознак та форм ЗМК в органах публічного управління.

Теоретичні розвідки щодо відмінностей у трактуванні понять ЗМІ та ЗМК, зокрема було виявлено відмінність зазначених понять, оскільки останнє поняття — комунікації — характеризує більш широкий спектр масових засобів. За допомогою використання системного підходу було розглянуто ЗМК як систему, у результаті чого ЗМІ виступають у даному відношенні до ЗМК як підсистема, інструменти якої (теле-, радіо- та текстові комунікації, преса) виступають уже елементами зазначеної підсистеми;

**Практичне значення отриманих результатів** визначається тим, що науково обґрунтовані знання про особливості взаємодії громадськості та засобів масової комунікації, відкривають нам інший погляд (більш критичний) на теперішній стан медійної сфери. Запропоновано рекомендації про шляхи поліпшення взаємодії особистості із доступною інформацією.

Робота може бути використана при підготовці загальних і спеціальних курсів у закладах вищої освіти, написанні підручників і навчальних посібників з «Державна інформаційна політика», «Документознавство», «Електронний документообіг», «Інформаційних комунікацій», призначених для професійної підготовки фахівців з документознавства та інформаційної діяльності.

Окремі положення роботи й рекомендації можуть бути використані органами державної влади в практичній діяльності, пов’язаній з питаннями розвитку інфокомунікаційних технологій, електронного уряду й електронної демократії.

**Апробація та впровадження** результатів дослідження. За результатами дослідження опубліковано тези доповіді на тему «Вплив карантинного періоду на соціальні мережі на ЗМІ» у Збірнику тез доповідей на Міжнародному круглому столі «ІНФОРМАЦІЯ ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОГО СВІТУ: ТРЕНДИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ» (12 травня 2021 року)

**Структура й обсяг магістерської роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 61 найменувань. Основний зміст магістерської роботи викладено на 76 сторінках. Робота містить 1 таблицю.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІЙ СФЕРІ**

**1.1.** Аналіз ключових понять дослідження

Людина є соціальною iстотою, це означає , що ми не можемо обходитися без відносин з iншими людьми, без знання їхньої думки про нас. Тому здатнiсть до комунiкації і потреба в комунiкації є чи не найважливішими її сутнiсними проявами. Особа не тільки хоче розуміти навколишню дійсність, вона прагне до порозуміння з іншими людьми. Таким чином, дослiдження комунікаційно-інформаційних явищ означає не лише вивчення певних суспільних процесів. Йдеться про саму природу людини. Деякі дослідники зазначають, що людина витрачає 70 % свого часу на комунікацію. Разом з тим існує багато визначень цього поняття, основною метою комунікативної діяльності є обмін певною інформацією. Комунікація – це спілкування. Вона може бути різною за формою: масовою, міжособистісною чи здійснюватися індивідуальним засобом. [1 с.14]

Під масовими комунікаціями потрібно розуміти процес взаємодії і представлення через засоби масової інформації інтересів та поглядів різних верств населення . Соціальні комунікації відображають звязок всередині суспільства і зарактеризують їх ефективність. До ЗМК належать аудіовізуальна, друкована, масові довідники, електронна преса, відео-, кіно-, аудіоносії інформації, кабельні, супутникові, комп'ютерні мережі — усе, що може передавати й нагромаджувати важливу для громадського життя інформацію. Д. Мак-Квейл зазначає масову комунікацію концептом, теоретичною парадигмою і системою, що побудована на великій кількості медійних каналів.

Варто розрізняти поняття масової інформації, масових комунікацій та засобів масової комунікації (ЗМК). Насамперед масові комунікації пов’язані із застосуванням ЗМК, або мас-медіа. За Ч. Райтом, масова інформація спрямована на широкі маси, анонімні щодо самого інформатора. Повідомлення публічно передаються, для того, щоб досягнути якомога більшої аудиторії швидко та, як правило, – одночасно. Для В. Петіли дослідження ЗМК є лише невеликою частинкою процесу пізнавання масових комунікацій. Він стверджує, що мас-медіа щодо ідеології, культури, економіки, групи чи особистості, суспільства, політики, інформаційних, комунікаційних технологій можуть виступати як самостійною дисципліною, так і як міждисциплінарним полем досліджень, частиною різноманітних наукових дискурсів з цікавими поглядами на дискусії, теорії, цінності, відношення та значення з іншими дисциплінами. [2]

Д. Де Флер та Е. Деніс визначають масову комунікацію як процес, що має кілька стадій:

• Інформація формулюється професійними комунікаторами.

• Інформація доходить до мас швидко і поступово за допомогою ЗМІ.

• Інформація поширюється відповідно до складу та величини масової аудиторії, що звертає увагу на ЗМІ багатьма шляхами.

• Деякі люди розуміють значення повідомлення згідно з їхнім баченням та досвідом, що меншою чи більшою мірою співвідноситься з намірами професійних інформаторів.

• В результаті усвідомлення цих значень члени аудиторії зазнають певного субєктивного впливу. Висновок, комунікація має певний ефект.

У сучасній Україні масові комунікації суспільства починаються з Чорнобильської катастрофи. Це була та інформація, яку вже неможливо було приховати від людей. Після цього відбулася народна рефлексія над нею, що показала певні наслідки. Перед цим в Україні панувала однорідна тоталітарна комунікація: від заангажованого чиновництва СРСР до суспільства. [1 с.18]

Масова інформація як поняття характеризує таку інформацію, яка створюється для споживання великою аудиторією. Дивлячись на її соціальну значимість, замість поняття «масова інформація» іноді вживають термін «соціальна інформація» за В. Івановим. Воно відображає суспільні стосунки, фіксується свідомістю, пов’язується з різними видами людської діяльності, опосередковується емоційними чинниками та застосовується для впливу на інших осіб. Сама соціальна інформація є багатошаровою, що включає економічну, науково-технічну, соціально-політичну, ідеологічну та інші види інформації. Таку інформацію можна охарактеризувати як повідомлення, передані будь-яким зрозумілим людині способом, що містять у собі відомості про процес життєдіяльності суспільства, а також усе те, що стосується і може вплинути на ці процеси.

У це же час під ЗМК розуміють окремі канали, завдяки яким поширюються інформаційні повідомленя для широкої аудиторії. В Україні має місце деяка плутанина у вживанні термінів ЗМК і ЗМІ , які виступають синонімами. Деякі дослідники намагаються підкреслити комунікативну особливість, що нібито має місце у ЗМК і відсутня у ЗМІ. Насправді ключовим словом для осмислення обох понять є слово медіа (засоби) для поширення масової інформації: радіо, друковані періодичні видання, мобільні телефони, книжки, кіно, телебачення, відео та аудіозаписи, засоби кабельного і супутникового зв’язку, відеоігри, інтернет медіа. **Комунікативне значення** у цьому разі полягає не у збільшенні зворотного зв’язку між медіа та їхніми аудиторіями як таке, а в тому, що ЗМК/ЗМІ обслуговують інтереси різних соціальних груп суспільства, розвиваючи зв’язки, тобто комунікацію між ними. На цю термінологічну колізію з дещо іншого погляду звертає увагу О. Гриценко. На її думку, засоби масової комунікації – це поняття, синонімічне мас-медіа. Водночас вона зазначає, що у працях сучасних українських авторів вживається вужче радянське поняття «засоби масової інформації», яке, за визначенням, передбачає лише інформування пасивної аудиторії з боку держави [3 c.25-28]. У цьому ж контексті Б. Потятиник нагадує призабутий сталінський термін ЗМІП – «засоби масової інформації та пропаганди», що виступає джерелом для теперішнього скороченого варіанта: ЗМІ. Обидва поняття калькувалися з російської, відповідно СМИП та СМИ.

Досліджуючи питання взаємодії глобального інформаційного суспільства та системи публічного управління, насамперед потрібно категоріально-методологічно визначитися з поняттям інформаційного суспільства, його структурою . Наявність каналів, засобів та способів комунікації в глобальних масштабах сприяли появі на межі XX-XXI ст. феномена сучасності - глобального інформаційного суспільства, яке є особливою формою постіндустріального інформаційного суспільства. Варто виокремити такі підходи до цього соціально-політичного явища і соціокультурного феномену процесів глобалізації та інформаційного впливу .

**Інформаційний вплив** – це цілеспрямоване застосування вибіркових технологій і інформаційних засобів для внесення деструктивних змін у свідомість населення , соціальних груп , особистості [4 с. 56–60]. Інформаційний вплив поділяють на *інформаційно-технічний* та *інформаційно-психологічний* .

**Інформаційно-технічний вплив** (ІТВ) – це вплив ні інфраструктуру об’єкта з метою реалізації змін у її функціонувані ( несанкціонований доступ до інформації , зупинка роботи , спотворення інформації тощо ), а також вплив на фізичний стан людини .

**Інформаційно-психологічний вплив** (ІПсВ) – це вплив на підсвідомість і свідомість населення й особистості з метою внесення змін у їх світогляд і поведінку. Основними методами ІПсВ *є переконання й навіювання* .

Головним об’єктом, на якому концентрується безпосередній інформаційний деструктивний вплив у межах заходів інформаційної війни (ІВ), є громадська думка та свідомість людини .Загалом **об’єкт** – це те , на що спрямовані певні дії , на що намагається вплинути суб’єкт з метою досягнення певних цілей . Об’єкти посягань ІВ поділяються на загальні , спеціальні та об’єкти розвідувальних спрямувань .

**1.2. Концепції діяльності та функції засобів масової комунікації**

Мас-медіа є невід'ємною складовою механізму функціону­вання демократії, її ціннісних і нормативних засад. Саме ЗМК можуть допомогти індивіду вийти за межі його безпосереднього життєвого досвіду і приєднатися до політичної, економічної та духовної діяльності. До ЗМК належать друкована, , електронна, аудіовізуальна преса, масові довідники, відео-, кіно-, аудіоносії інформації, кабельні, супутникові, комп’ютерні мережі усе, що може нагромаджувати й передавати важливу інформацію для суспільного життя.

Історія становлення та функціонування мас-медіа виокреми­ла такі основні концепції діяльності.

**Авторитарна концепція**. Сформувалася у XVI - XVIІ ст. і ви­значала основне покликання преси як підтримку у сприянні по­літиці уряду та служінню державі. Авторитарна система журналістики не втратила своєї актуальності і в більш рафінованому вигляді, наприклад, у країнах з диктаторським режимом правління, в теократичних державах [11]. Основні принципи авторитаризму – регламентація та використання засобів масової комунікації, контроль, хоча більшість демократичних країн відмовилися від авторитарних теорій, практичний досвід показує що у деяких країнах ліберальні уряди вдаються до контрзаходів, які в певному сенсі невіддільні від тоталітарних моделей.

**Лыберальна (правдива) концепція**. Зародилася наприкінці XVII ст. (Д. Мільтон, Дж. Локк, Д. Мілль) і грунтувалася на свободі волі та декларувала такі цілі преси: продаж, інформування, сприяння дозвіллю та контроль за діями уряду.

Правдива доктрина, виникнувши на основі ліберальних філософських принципів, заклала основи всієї соціальнополітичної структури в багатьох країнах Заходу. Натомість сама ліберальна соціально-політична система має вплив на розвиток соціальних інститутів, у т. ч. й журналістики. Нагадаю, що суть ліберальної доктрини, зводиться до того, що людина є розумною істотою, народженою вільною. Тому людина здатна ухвалювати такі рішення, які будуть для неї оптимальними, а суперечності, які виникають на шляху розвитку, ведуть до прогресу цивілізації.

Отже, ліберали вбачають головним завданням реалізацію інтересів індивіда, оскільки це і є остаточною метою і людини, і суспільства, і держави. Державі в умовах лібералізму визначено роль механізму забезпечення індивіда таким середовищем, в якому він здатний реалізувати власні можливості. Тому свободи друку і слова, є природними та невід’ємними правами людини. Самі по собі ці гасла не є поганими чи недоречними. Проблема полягає в іншому: абсолютна свобода преси та слова нерідко має негативні наслідки (брехня, образи, деформація тощо), які шкодять як особистості, так і державі. Час від часу навіть у ліберальному середовищі стояло питання про обмеження цих свобод. Однак досі не розв’язано такі складні питання:

• Якими мають бути ці обмеження?

• Які мають бути методи обмежень?

• Чи (а якщо так, то як саме?) має брати участь в обмеженнях держава?

 Тому прихильники правдивої концепції, відклавши невирішені завдання на потім, обмежилися визначенням того, яке місце має бути відведене пресі в демократичному суспільстві, в системі його соціально-політичних інститутів, а також у ставленні до держави. З одного боку, в демократичному суспільстві уряд має бути слугою народу, з іншого ж, ніхто не гарантує, що такий уряд не захоче посилити свою роль і значення, навіть всупереч конституції. Тому необхідний контроль з боку суспільства, безпосереднім представником якого може бути вільна преса. Отже, преса стає політичним інститутом.

Прихильники правдивої доктрини вважали, що, по-перше, метою ЗМК є допомога у пошуках істини, по-друге, вирішення політичних та соціальних проблем шляхом оприлюднення всіх фактів та думок як платформи для цих рішень. Тому преса має бути неконтрольованою урядовими службами чи фікціями. Натомість преса як соціально-політичний інститут, зобов’язана від імені громади контролювати владу, а влада не має права засновувати і підтримувати офіційні ЗМІ.

Ще одне протиріччя. Ліберали вважають, що ЗМК необхідний вільний доступ до інформації, в т. ч. і в урядових структурах. Але ця проблема також досі не вирішена, адже у виконавчих органах влади, військово-технічних та дипломатичних відомствах є чимало документів під грифом таємності. З огляду на сказане, теоретично приваблива лібертарійська доктрина свободи преси у практичній реалізації постійно наштовхується на невирішені протиріччя, головними з яких є розмежування ступеня свободи та зловживань цією свободою. [2]

**Тоталітарна концепція**. Виникла наприкінці XIX ст. (В. Ле­нін), зміцнилася у першій половині XX ст. (Й. Сталін, А Гітлер, Й. Геббельс, Мао Цзедун) і передбачала необхідність ведення ідеологічної боротьби з класовим ворогом.

Головна ж відмінність тоталітарної системи журналістики від інших систем у тому, що вона постала не шляхом еволюції, наприклад, у зв’язку з новими потребами робітників чи селян, а була «побудована» згори (партією) з урахуванням максимального агітаційно-пропагандистського впливу на всі верстви населення. З огляду на історію , можна зрозуміти у чому позитиви і негативи тоталітарної концепції .

**Концепція соціальної відповідальності преси**. Утвердилася в середині XX ст. (А. Катля,Т. А. Кале Петерсен, та ін.), утворилася з таких цілей медіа, як продаж, інформування, сприяння до­звіллю та переведення непорозумінь у план дискусії.

В нових соціальних умовах людина стала апатичною: людина начебто і вміє думати, але не хоче цього робити. Метою такої особистості стає не пошук істини, а задоволення своїх безпосередніх потреб та бажань. Так з’являється і розвивається антифеномен ХХ ст. – людина-споживач, яка беззастережно приймає й утверджує споживацьку філософію. Люди-споживачі дуже вразливі до різних маніпуляцій (моральних, фінансових, пропагандистських, національних, рекламних).

Пропонуючи концепцію соціальної відповідальності, потрібно враховувати більшість із цих факторів. Можна запропонувати змінити певні пріоритети, що склалися за умов лібертаризму.

1. Відійти від індивідуалізму як філософської платформи лібералізму (коли власні інтереси були важливіші за суспільні) і прийняти колективістську теорію переваги суспільства над особистістю.

2. Демократичну «свободу від будь-яких зовнішніх обмежень» змінити на поняття «свобода з певною метою» (наприклад, на користь суспільству).

Корегування і зміна попередніх пріоритетів потребували відповідного функціоналу, зокрема: фінансових джерел, технічних можливостей, доступу до інформації тощо. Водночас стало очевидно, що мас-медіа вільні від будь-якого примусу, але не від будь-якого тиску. Засоби масової інформації, які за умов лібертаризму все частіше піддавалися критиці, усвідомлюючи реальну загрозу запровадження державного регулювання мас-медіа, запропонували певні кроки у бік самообмеження та саморегулювання з допомогою (у форматі) професійних журналістських кодексів.

У межах доктрини соціальної відповідальності збережено свободу висловлювань. На відміну від правдивої теорії, де свобода висловлювань вважалася природним правом без обов’язків, у новій концепції запроваджено поняття морального права з відтінком обов’язку. Людина має дотримуватися своїх переконань, дослухатися до власної совісті. Кожен, хто має що сказати, морально зобов’язаний говорити, а не мовчати. Ідеї активують функцію обов’язку перед істиною та суспільством. Оскільки свобода висловлювань не убезпечує від різномантних помилок, то ця свобода не є абсолютним правом. Наприклад, будь-хто з вулиці (невідомий громадськості, невідомий медіа) не може самостійно вимагати від засобів масової комунікації права на звернення до широкої аудиторії. Вираження різних поглядів та ідей – це обов’язок ЗМК, які мають вміло переходити від конфлікту до дискусії. Практично застосувавши теорію соціальної відповідальності, уточнювали теоретичні поняття, практичні механізми, пропонували нові теорії.

**Види** масової комунікації розрізняють на основі використання форм масового спілкування у певних сферах для виконання визначених суспільством або професійним комунікантом завдань.[24] Для прикладу розглянемо кілька видів масової комунікації.

**Масмедійні комунікації.** Масове спілкування, у середовищі якого функціонує масово-інформаційна індустрія, що пов'язана з використанням засобів комунікації і передбачає виконання суспільно значимих завдань, спрямованих на забезпечення суспільства інформацією,— модифікується у масмедійні комунікації, до яких належать телевізійні, радіо-, пресові та електронні комунікації. Особливістю масмедійних комунікацій є відносно низький рівень комунікаційної **інтенції**(відсутність спеціальної уваги професійних генераторів спілкування). Перевага віддається інформаційній інтенції, тобто виробничо-інформаційному цілепокладанню. Масмедійні комунікації відрізняються від інших видів масової комунікації тим, що для представників мас-медіа виготовлення інформаційних продуктів розглядається як основна мета й завдання.

**Рекламна комунікація.** Масова комунікація є середовищем для рекламної діяльності. Особливістю працівників сфери реклами, на відміну від працівників мас-медіа, є чітка визначеність щодо цілей рекламних кампаній — забезпечити коло потенційних користувачів рекламованого товару чи покупців рекламованої послуги.Масова комунікація у рекламній діяльності є обов'язковим її компонентом, адже тільки завдяки їй рекламісти можуть забезпечити виконання основного свого завдання — залучити максимальну кількість покупців до рекламованого продукту чи максимальну кількість користувачів рекламованої послуги. На відміну від масмедійних комунікацій рекламна комунікація тримається на серйозному вивченні психології людей, їхніх потреб із метою забезпечити ефективний вплив реклами на людей.

**PR-комунікації.** Паблік рилейшинз є видом суспільної діяльності, пов'язаної з формуванням потрібної громадської думки стосовно певної особи чи організації. Мас-медіа є основним середовищем, в якому працюють інститути PR, адже вони стврені щоб впливати на громадськість насамперед через канали комунікації та за допомогою ЗМК. Особливістю PR-комунікацій,— а до них належать комунікації для створення іміджу організацій, осіб, створення брендів, формування або підтримання громадської думки про організації чи особи.[5, с.84]

**Пропагандистська комунікація.** Пропаганда є різновидом суспільної діяльності, яка пов'язана з масовим навязуванням інших ідей, думок, понять, принципів. Пропагандисти використовують майже всі форми масового спілкування, аби тільки виконати поставлені завдання, спрямовані на деформацію масової свідомості. Пропаганда відрізняється від PR тим, що вона орієнтована на зміни в масовій свідомості, громадській думці стосовно явищ ідеологічного характеру.

**Агітаційна комунікація.** Масова комунікація, яка обслуговує потреби агітаторів, їхню діяльність, спрямовану на заохочення, заклик називається агітаційною. На відміну від пропагандистської комунікації, яка передбачає отримання позитивного результату у вигляді переконаного слухача, агітаційна обмежується проявом готовності збоку комуніката певним чином діяти, виявом зацікавлення до чогось чи когось.

**Інформаційна функція** залежить від надання масовому читачеві актуальної інформації про найрізноманітніші сфери діяльності — політичну, ділову, юридичну, науково-технічну, медичну і ін. Одержуючи великий обсяг інформації, люди й не лише розширюють свої пізнавальні можливості, а й збільшують свій творчий потенціал. [2] Знання інформації дає можливість передбачити свої дії, це заощаджує час. У цьому помітно посилюється мотивація до спільних дій. У цьому сенсі дана функція сприяє оптимізації корисної діяльності нашого суспільства та індивіда.

**Регулююча функція** має широкий діапазон впливу на масову аудиторію, починаючи із встановлення контактів, і закінчуючи контролем за суспільством. Масова комунікація впливає на формування свідомості, групи й особистості, формування суспільної думки й створення соціальних стереотипів. Але тут криються можливості маніпулювати й управляти громадською свідомістю, фактично здійснювати функцію соціального контролю. [4, с. 58] При певних умов ця функція служить ціллю «промивання мізків».

Люди, зазвичай, приймають ті соціальні норми, етичні вимоги, естетичні принципи, які переконливо пропагуються ЗМІ як стереотип життя, стиль одягу та т.п. Так відбувається соціалізація індивіда відповідно до норм, бажаних суспільству у цей історичний період.

**Культурологічна функція** включає у собі ознайомлення досягнення культури й мистецтв і сприяє усвідомлення суспільством необхідності наступності культури, збереження культурних традицій. З допомогою ЗМІ люди знайомляться особливостям різних культур і субкультур. Це розвиває естетичний смак, сприяє порозумінню, зняттю соціальної напруженості та зрештою сприяє інтеграції суспільства. З даною функцією пов'язано поняття масової культури, ставлення до якої є неоднозначним. З одного боку, прагнення познайомити широкий загал з досягненням світового мистецтва, новими художніми напрямами. З іншого боку, низький художній рівень розважальних програм, необмежені можливості їх тиражування виховують поганий смак в споживачів масової культури.

**1.3. Особливості глобалізації в інформаційному просторі**

Процес послідовних змiн в масштабах сучасного світу втiлюється на базі розвитку глобальних медіа ресурсiв і способiв їх використання в рiзних регiонах світу. Велика сукупність цих ресурсів і засобів їх використання складають глобальну iнформаційну сферу , що знаходиться в процесi пришвидшеного розвитку і задає певний темп змін в iнформаційному просторi кожної держави і нацiї. Систематизація цього виду ресурсів у відповідності із загальними потребами суспільства, сприяє формуванню на їх основі всесвітньої інформаційної бази, що посилює свій загальний вплив на всі сторони життя громадян. В контексті розвитку процесу систематизації цієї бази вже вирізняються деякі групи медіа ресурсів зі своїми особливими ознаками.

Поряд із цими різновидами медійних ресурсів у глобальній інформаційній сфері розвиваються також і інші джерела інформаційного виробництва, обумовлені поширенням глобальної компютеризації та доступом до можливостей інформтворення широких мас населення в усіх регіонах планети. [10]

До ресурсів світового значення відносяться основні ресурси існування і розвитку сучасної цивілізації, потреба в яких насьогодні актуальна, на які при використанні згідно з міжнародними законами не може бути пред’явлено нічиє авторське право. Вони є спільним здобутком світової культури в широкому значенні цього поняття. Ці ресурси складаються з інформаційних надбань всіх попередніх поколінь нашої цивілізації та з нової інформації, що продукується в наш час в інтересах загальносуспільного розвитку. Серед цих надбань - інформація, що продукується в інтересах розвитку всіх сфер людської діяльності, в тому числі науки, організаційно-правової сфери, всіх видів мистецтва , для навчання , духовного розвитку , розважальна та ін.. Саме глобалізація та модернізація відображають тенденції сучасного інформаційного суспільства, стратегічною метою якого є створення цілісного світу.[25]

До складу ресурсів, що вводяться до глобального інформаційного простору з метою здійснення впливу окремими міжнародними суб’єктами інформаційної діяльності відносяться також ресурси міжнародних гуманітарних та інших організацій, міждержавних союзів, транснаціональних компаній, релігійних організацій, інших суб’єктів глобальної інформаційної діяльності , що швидко створюються в результаті вдосконалення соціальної структури суспільства.

Поряд із розвитком ринкових механізмів в інформаційній сфері в глобальному інформаційному просторі існують також інформаційні ресурси , що відображають систему інших інтересів держав і націй. Ці інтереси пов’язані з реалізацією політичних , економічних, культурологічних та інших завдань і повязані з налагодженням інформаційного взаємообміну, політичним позиціюванням, пропагандою потенційних можливостей країн в усіх сферах міжнародного співробітництва, національних культурних здобутків та ін..

В цілому ж , інтелектуальне буття людини і суспільства, як це підкреслюється сучасними дослідниками, зумовлене здобутим рівнем можливостей всякої існуючої нині інформаційно-цільової системи як глобальної основи діяльності і розвитку. Ця найбільша інформаційна база, ноосферне (Т. де Шардена , Е.Леруа) явище, що пізніше знайшло своє відображення в фундаментальних дослідженнях В. І. Вернадського, на сьогодні вже набуло того рівня впливу, який дає змогу на базі сучасного знання, досвіду людства уникнути глухих кутів, безперспективних напрямів просування по шляху науковотехнічного розвитку. Воно стає суттєвою перешкодою також і на шляху соціальних експериментів, що можуть призвести до самознищення або ж соціального виродження, починаючи від бактеріологічної зброї і кінчаючи людиноненависницькими соціальними експериментами нацизму, полпотовського « комунізму» та крайнього релігійного екстремізму.[15, с. 42]

Отже, у загальноцивілізаційному (глобальному) інформаційному просторі з’являються сила, що, з одного боку, впливають на наймогутніші державиінтегратори, сприяючи ослабленню їхнього впливу на економічно слабкі, експлуатовані держави. З іншого боку – інтеграційні процеси обіцяють певне зростання рівня інформаційного, а за ним і економічного розвитку. Хоча при цьому, однак, було б черговою помилкою вважати позитивні впливи глобалізації подарунком долі. Відкриваючи шлях до реалізації певних шансів для економічного зростання на базі насамперед технічного переоснащення, глобалізація спричиняє також нові суспільні протистояння і суперечності вже на інших рівнях суспільних взаємовідносин, що не обіцяє легкого їх вирішення.

На зміну традиційній економіці, таким чином, приходить більш ефективна з меншими енергозатратами і екологічними проблемами нова економіка, більш точна в технологіях виробництва продукції та гнучка у врахуванні запитів споживачів. Така економіка потребує значно більшого в порівнянні з традиційною інформаційного обслуговування, суттєвого прискорення відповідного інформаційного обігу. [26]

Протягом останніх двох-трьох десятиріч індустрія інформації не лише перетворилась в особливу, якісно нову галузь світової економіки з найбільш динамічними темпами розвитку. Привнесена сучасними економічними процесами, вона стала невід’ємною складовою і основоположною умовою сучасних процесів глобалізації, дає можливості доступу до сучасних технологій, науки і культури всім учасникам світової інформатизації. Цим самим розширюються можливості 11 різних країн, різних регіонів світового інформаційного ринку відповідно до його запитів, його диктату включитись у виробництво інформаційного товару .

При всьому цьому , як свідчить суспільна практика останніх десятиріч, вплив глобальних інформаційних ресурсів на суспільну свідомість в різних країнах світу далеко не обов’язково обумовлює соціально - культурну уніфікацію. Навпаки, як свідчить соціальна практика , в останні десятиріччя значного пожвавлення в різних країнах світу набувають процеси національної самоідентифікації, боротьби за національні інтереси. Збільшення можливостей доступу до сучасних інформаційних технологій сприяє організації на рівні держав і націй протидії новому імперіалізму сучасних глобалізаторів. Цю протидію не варто недооцінювати. Досвід засвідчує , що вона ґрунтується на життєздатності інституту держави.

Розвиток глобальної інформаційної основи існування сучасної цивілізації, обумовлений зростанням інформаційного виробництва, загострює проблему необхідної структуризації наявних в розпорядженні суспільства ресурсів. Найдавніший, традиційний метод структуризації інформації пов'язаний із місцями її зберігання. І такими місцями завжди були бібліотеки. Поступово ,з розвитком системи інформаційних ресурсів , від них відокремлювались архівні установи, інформаційні ресурси музейних установ та ін.. ресурси спеціального призначення. У наш час , в період розвитку електронних інформаційних технологій , різноманітні бази , склади електронної інформації з великими обсягами інформаційних ресурсів зберігаються також в сучасних інформаційних центрах, спеціалізованих структурах, що є суб’єктами сучасного інформаційного ринку.

На нинішньому рівні розвитку структуризації глобальних інформаційних ресурсів найбільшого поширення набула структуризація саме за принципом розміщення суспільнозначимої інформації в бібліотечних установах. [27] Нинішні техніко-технологічні можливості в сфері інформаційних комунікацій сприяють обєднанню бібліотечних установ у крупні інформаційні центри, що в сукупності можуть ефективно забезпечувати все більш складні потреби сучасних користувачів. У створенні єдиного інформаційного простору для сучасних центрів збереження інформації, ефективного впровадження нових технологій та пропозицій нових послуг для користувачів, як демонструє наявний досвід, позитивну роль відіграють консорціуми – добровільні неприбуткові об’єднання бібліотек для спільного створення, використання, збереження та розповсюдження електронних інформаційних ресурсів. Умовами інтеграції наукови х і культурних закладів є добровільне об'єднання учасниками інформаційних ресурсів та технологій, формування організаційно-структурної єдності, що вимагає функціональних трансформацій, управлінських інновацій, розвитку стратегій професійної комунікаційної взаємодії фахівців бібліотек, архівів, музеїв, інформаційних центрів тощо.

**Висновки до розділу 1**

Реалії сучасного світу в умовах глобалізації суттєво збільшили значення ролі та місця інформаційного суспільства і засобів масової комунікації в межах інформаційного простору . Варто зазначити великий прогрес і розвиток концепції інформаційного суспільства як способу осмислення людської цивілізації. Різноманітні інформаційні мережі і технології пов’язують людей у світовому співтоваристві та призводять до якісних змін у стилі мислення, у способі бачення, розуміння та оцінки сьогодення. Але одночасно існує проблема гармонійного залучення людини в інформаційно-комунікаційне середовище, у якому вона існує несвідомо. Адже глобалізаційні процеси змінюють не лише суспільство, а й передовсім впливають на перетворення власної ролі, значимості особистості та її суспільного стану.

Реальний вплив ЗМІ на сус­пільне життя відбувається шляхом інформування про соціальне, політичне, культурне життя держави через випуск наукових, періодичних видань, новин, трансляцію наукових, піз­навальних передач та ін. Такий вплив може бути як негативним (зростання громадського невдоволення, дезорієнтація, розповсюдження «міфів», посилення сус­пільної депресії, апатії, байдужості, тощо) так і позитивним (формується правосвідомість та правова культура, виробляється об’єктивна оцінка ситуації тощо).

Інформаційна індустрія (або індустрія ЗМК, чи мас-медіа) займається, зокрема, виробництвом носіїв масової інформації як засобів масової комунікації, формує інформаційний простір держави, веде політику в інформаційному просторі, збирає, зберігає, переробляє й поширює інформацію.

Інформаційні ресурси в контексті масовокомунікаційного виробництва є невід’ємним складником галузі масового впливу, оскільки забезпечує професійних творцій інформації засобами масовокомунікаційного виробництва. В цілому ж масовокомунікаційна індустрія, що включає масовоінформаційне виробництво, виступає потужним і гігантським розпорядником масовокомунікаційних процесів у світі.

**Розділ 2. МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ .**

**2.1. Сучасні проблеми та виклики інформаційної сфери.**

В межах досліджень важливо зрозуміти актуальні тенденції розвитку інформаційних комунікацій, відслідковувати динаміку їх змін та перетворень. Таким чином, аналізуючи літературу, що стосується розвитку мережевих ЗМК в Україні та Європі, можемо підсумувати та зробити висновки:

1) спостерігається тенденція зменшення попиту на паперову пресу в Європі,

2) спостерігається поступовий процес пристосовування традиційних ЗМІ до умов роботи, які виникають у сучасному світі; це означає що медіа постійно освоюють нові інтернет-ресурси, онлайн-платформи, соцмережі для підтримування зав’язків із читачем;

3) користуючись мережевими майданчиками медіа-служби можуть впроваджувати додатковий заробіток на платформах за допомогою реклами. Таким чином перед нами постає ще одне запитання – провести дослідження щодо необхідності можливості затвердження норм для регулювання діяльності Інтернет засобів масової комунікації на державному рівні.

 Вітчизняна соціологиня М. Наумова, аналізуючи цей процес бурхливого розвитку ЗМК, поділила його на два етапи: від появи традиційних медіа до зародження так званих "нових ЗМК". Цікавою є позиція дослідниці щодо майбутнього традиційних медіа з огляду на поширення нових ЗМК. Так, М. Наумова вважає, що «рушійними силами для трансформації мас-медіа стали "інтернетизація, комп'ютеризація, візуалізація інформації та медіація" [30, с.76].Із бурхливим розвитком технічного процесу людству стала доступна подача і розповсюдження інформації у вигляді відео, тексту, звуку в цифровому форматі, а завдяки мережі Інтернет – поширювати їх в будь-яку точку світу, зберігаючи великі обсяги матеріалу на веб-порталі.

Необхідним є регулювання державної політики у сфері освіти, підготування та поповнення відділу кадрів для інформаційного забезпечення суспільства. Це дозволить впровадити сучасні види підготовки професіоналів у сфері ЗМК, оновлення знань уже існуючого відділу кадрів, підвищення обізнаності серед громадськості, створення нових ефективних систем кваліфікацiї та перекваліфiкації персоналу, пiдготовки викладачiв, вчителів, та формування у них цифрових навичок.

Людський капітал має отримати підвищення навичок на трьох рівнях:

**вищий рівень** - спеціальні навички управлiння цифровою економiкою та цифрового підприємництва. Сюди належить вмiння визначати нові можливості для бiзнесу, впровадження нових бізнес-моделей, програм ведення бізнесів, уміння додавати нові ланки у сфері інновацій і управляти цими змінами;

**середній рівень** – спеціалізовані цифрові навички: необхідні для дослідження розробки, проектування, стратегічного планування, управління, виробництва, встановлення, консалтингу, продажу, маркетингу, iнтеграції, адміністрування, пiдтримки та обслуговування програм і системи ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій);

до **нижчого рівня** відносять - навички цифрових користувачів: цифрова грамотнiсть, навички, необхiдні для ефективного використання засобiв, систем та приладів технологій інформаційних комунікацій, які охоплюють як використання мережі Інтернет, додатків, а також основних і вдосконалених програмних забезпечень, спеціалізованих iнструментів, що пiдтримують конкретні функції бiзнесу.

Інформатизація та цифровізація вимагає створення людського капіталу з певними навичками до яких відносяться:  соціальні (індивідуальні якості,  постійна готовність отримувати нові знання і вміння,  емоційна стабільність,  стресостійкість,  раціональне прийняття рішень,  наявність навичок спілкування в колективі,  когнітивні (вербальна грамотність, креативне і логічне мислення,  здатність раціонально вирішувати проблеми)  і технічні ( навички які потрібні для роботи за конкретної професією).

Чинне законодавство в цифровій діяльності Інтернет-ЗМК має швидше рекомендаційний характер, його ще називають "мяким правом"[28, с.132].

 Тому можемо зауважити, що жодне електронне видання не нестиме вiдповiдальності за поширення неправдивої iнформації, а його працівники не є захищеними у своїй професійній дiяльності. Однак у західних країнах прослідковуються декілька цікавих особливостей, що сприяють гармонійному співіснуванню саморегулювання та державного контролю діяльності Інтернет-ЗМК. Зокрема до них належать:

- директиви ЄС та резолюції Європарламенту, які носять рекомендаційний характер, відносяться до "м'якого права";

- держава обмежена в регулюванні діяльності Інтернет-ЗМК, контроль застосовується здебільшого до аудіовізуальних ЗМК;

- невизначений статус соціальних мереж, відсутність юридичної відповідальності Інтернет-провайдерів за порушення авторських прав відповідно до рішень Суду ЄС;

- заохочення інформаційних ресурсів з боку держави до створення умов для розвитку медiа-ресурсів саморегуляції.

До основних компонентів національної безпеки відносять військову, екологічну, соціально-економічну і інформаційну безпеку. Національна безпека містить в собі геополітичний аспект, Повний комплекс запитань щодо вживання держави у фізичному плані,  збереження суверенітету країни,  її захист і  підтримувати територіальну цілісність. На сьогоднішній день інформаційна безпека займає  одне з перших місць в державі. Збір, обробка та поширення інформації значно збільшились, до того ж підвищилась кількість суб'єктів в інформаційних відносинах і кількість споживачів даних. З кожним днем інформація займає все більшу роль в суспільстві і житті людини [21].

Існує доктрина стосовно інформаційної безпеки. У цьому документі  зафіксовані ймовірні загрози  національної безпеки України і інтересам нації загалом.

1. Створюються спеціальні інформаційні операції, в які спрямовуються на злам інформаційної оборони країни; мають на меті демореалізувати особовий склад збройних сил України і інших видів військових утворені, спровокувати прояв екстремізму, підживити паніку у суспільстві,  загострити і дестабілізувати суспільно-політичну ситуацію,  в тому числі і соціально-економічна,  розпалити міжконфесійні і міжетнічні конфлікти на теренах України.
2. Бажання провести державою-агресором спеціалізованих інформаційних операцій на територіях інших країн для провадження негативного іміджу України загалом.
3. Створюється інформаційна експансія через збільшення  державою-агресора  власних інформаційних інфраструктур як на території України,  так і інших країн.
4. Збільшення інформування населення тимчасово окупованих територій джерелами  держави-агресора.
5. Недостатність розвинення національних інформаційних інфраструктур. Це обмежує здатність України  протидіяти агресії  держави-агресора в плані інформаційного збагачення і проактивно впливати на цю сферу для підтримання інтересів української нації.
6. Наявність неефективної  політики в плані інформації,
7. Недосконале законодавство відносно врегулювання відносин у суспільстві інформаційної політики і  її неефективність,
8. Збільшення заохочення до радикальних впливів,  пропаганда автономності, ізоляції  і співіснування декількох регіонів в Україні [17].

**Інформаційна безпека** населення і країни визначається ступенем захищеності, постійкістю базових сфер життя людей до провокуючих чинників:  руйнівних інформаційних дій які утискають інтереси громадян, населення і держави [7].

Особистість також має інформаційну безпеку, яка має мати:  захищена свідомість і психіку від небезпечних інформаційних агентів: спотворення інформації, маніпулювання,  зневага і спонукання людей до самогубства. Варто зазначати, що будь-які інформаційні дії є небезпечними  або корисними не лише тому, що здатні викликати потужні для уточнення процеси, а й управляти ними.

Розрізняють два види небезпечних інформаційних дій. Перший вид  безпосередньо пов'язують із розповсюдженням вартісної державної інформації,  або підвищити  дієвість намірів  держави-агресора,  або знизити ефективність діяльності країни жертви. Якщо метою таких дій була свідомість населення, то мається на увазі розголошення державної таємниці,  використання пристроїв для слідкування, підслуховування,  детекторів брехні,  вербування агентів; застосування медичних хімічних або інших речовин для впливу на психіку.

Задля безпеки від вищеперерахованих загроз існують органи з цензури, контррозвідка і інші об'єкти інформаційної безпеки. Також існує технічна розвідка,  яка впливає на  технічні системи джерела інформації, виявляє  різноманітні прояви шпигунства (перехоплення сигналів,  таємний запис телефонних розмов,  радіо, та інших способів комунікації і зв'язку), незаконне проникнення в систему комп’ютера, баз даних банків.

До другої виду інформаційної дії відносять розповсюдження неправдивої інформацією яка не лише спричинює прийманням помилкових рішень,  які  є небезпечними, але й змушує завдати значну шкоду, навіть призвести то суспільної катастрофи. Стосовно інформаційної безпеки другого виду існують спеціальні структури інформаційно-технічної боротьби. Завдання цих організацій нейтралізувати джерела інформації,  перехоплювати маніпулювання думками громадськості, усувати наслідки атак на комп'ютерні системи і бази. Із розвитком і впровадженням в нові сфери життя людства нових інформаційних технологій, вони не лише роблять наше життя зручнішим і комфортнішим, але й можуть нести небезпеку [6].

Давайте виявимо найбільш важливі групи інформаційно-технічних небезпек,  які безпосередньо пов'язані із науково-технічним прогресом в глобальних розмірах. До першої групи відносяться:  бурхливий розвиток нової інформаційної зброї,  яка має сильний вплив на свідомість людей і на психіку, інформаційну і технічну структуру суспільства. У відносних умовах миру технології інформаційно-психологічної сферами можуть використовувати як особливий механізм створення, так і керування кризами,  впровадження провокацій на теренах супротивника.

Інформаційно технологічні небезпеки для особистості другої групи включають нові соціальні злочини, які базуються на використанні актуальних інформаційних системи і технологій (махінації з коштами на електронних рахунках,  хуліганство в мережі інтернет). Питання створення ефективної інформаційної безпеки є дуже важливим, і складає один з необхідних пунктів Національної безпеки держави. Це має серйозний вплив в контексті комп'ютерного кібертероризму і злочинності  для держави [18,с.93]. Інформаційна небезпека третьої групи -  застосування сучасної інформаційного  технологій з політичними цілями.

Варто зазначити, що на сьогоднішній день не існує чіткої, організованої системи реалізації і вироблення одної державної політики в сфері забезпечення інформаційної безпеки, яка б створювала напрями розвитку одного інформаційного простору. Зафіксуємо причини, які  спричинюють недостатньо позитивний стан у забезпеченні інформаційної безпеки України:

* доволі низький рівень інформаційної, правової і культурної освіти громадян і населення;  відсутність раціональної системи розвитку законодавства який здійснює регулювання інформаційної сфери;
* неповне фінансування діяльності для забезпечення безпеки в інформаційних сферах; недостатньо розвинені кому комунікацій інформації технології в  сфера державного управління;
* непідготовленість органів державної влади для впровадження новітніх технології управління з населенням і господарськими об'єктами;  низький рівень підготовки відділів кадрів у сфері утворення комунікаційних і інформаційних технологій.

**2.2. Аналіз впливу  засобів масового інформування на створення громадської думки**

Засоби масової інформації – це спосіб поширення різних відомостей, новин і даних у суспільство з використанням технічних засобів (телебачення,  журнали,  газети, мережа інтернет). Окрім можливості передачі даних ЗМІ можуть використовуватися  для маніпуляції, впроваджень, пропаганди та гідрування в різних сферах життя людства:  економічних, соціальних, політичних і інших.

ЗМІ через повідомлення, навчання, інформування, а також навіювання, різноманітні психологічні методи впливають на суспільство [22,с.64]. Світоглядні і поведінкові норми життя у суспільстві піддаються в теоретичному впливу і стандартизації відповідно з соціальними вимогами, в результаті тиражування інформації стосовно духовних цінностей. Одночасно потрібно зазначати, ЗМІ здатні багатоаспектною проникати в життя населення і може відігравати дезінтеграційну роль, або об'єднуючу, консолідуючи суспільство.

Засоби масової інформації в ідеалі можуть викликати  консолідування  різних політичних партій і рухів,  організації,  суспільних спільнот,  населення із їхніми завданнями і цілями,  регулярно організовуючи проведенням розмов стосовно проблем у суспільстві.

Мас-медіа здатні в неупереджених узагальнюючих коментарях виділяти із усіх дискусій ті пропозиції, що спрямовані насамперед на порозуміння і злагоду суспільства, а значить, може виступати як каталізатор об'єднання, інтеграції суспільства й зміцнення країни в цілому. Але якщо в країні є засоби масової інформації які залежать від держави, піддаються контролю політичними або фінансовими угрупуваннями, вони одразу відносяться до одного з джерел маніпуляції свідомістю суспільства,  можуть впроваджувати певні ідеології, які є небезпечними, впроваджують чужі, не духовно-моральні і політичні цінності що шкодить основному духовному фундаменту його існування [11].

У період змін політичної та суспільної системи держави набуває важливого значення підтримка державних засобів масової інформації і комунікації, діяльність яких спрямована на поширення політичних стратегій владних інститутів, на формування у суспільстві потрібної мотивації поведінки та переконань щодо розвитку національної ідеї, консолідації суспільства на засадах незалежності держави і необхідності її інтеграції до кола розвиненої європейської спільноти. Сьогодні медіа в Україні дійсно набирають сили "четвертої влади", вказують на проблеми, породжують ідеї, дають поради і пропонують висновки, допомагають вдосконалювати і владу, і суспільство, і особистість громадянина, зокрема.

Дослідивши вплив засобів масової інформації можна визначити різні способи маніпуляцій. Один з них – це **анонімний авторитет.** Він часто використовується для введення в оману і застосовується всіма ЗМІ. Його відносять до виду сірої пропаганди. Вже давно було зазначено, що це один з найкращих методів звернення до авторитарних джерел. Авторитет до якого направлено звернення може бути важливою політичною фігурою, науковим діячем або представником певної професії. Якщо це є анонімний авторитет – його ім'я не повідомляється, тобто немає конкретизації, але відчуття авторитетності – є. Причому можна використовувати цитати з документів,  офіційні оцінки експертів, слова свідків та інші матеріали які необхідні для переконання сторони. Наприклад: "Джерело з найближчого президентського оточення, що побажало залишитися невідомим, повідомляє...", "Учені на підставі багаторічних досліджень установили...", "Лікарі рекомендують...". Які доктори? Які вчені? Яке джерело?

 Інформація, що повідомляється таким способом, у більшості випадків є фейковою. Якщо в інформаційному джерелі не вказується обличчя, тобто здійснюється посилання на неіснуючий авторитет,  можна  здобути солідності в очах слухача. Але при цьому джерело не ідентифікується і відповідно Не може нести жодної відповідальності за надання неправдивої інформації. Так що, якщо інформація у популярних ЗМІ починається словами "учені рекомендують" чи "джерела інформують", будьте упевнені - це не просто повідомлення, а прихована реклама чи пропаганда; причому автори посилання дуже далекі від стандартів і так само далекі від впевненості у своїй правоті.

**Буденна історія.** Історія із буденності  або із життя використовується для звикання особистості до інформації,  яка   може мати негативний зміст,  заперечення або зухвалу думку. У спеціальних інформаційних джерелах цей метод описують спокійно і у  діловому стилі. Наприклад, якщо телеведучому необхідно сповістити або попередньо адаптувати людей до новин про насильство, пограбування або інших неправомірних дій,  то він із спокійним виразом обличчя,  неемоційно і рівним голосом сповістить вам про це,  що ці злодіяння трапляються щодня. Через деякий час можна помітити,  що регулярне донесення інформації в такому виді впливає на людей так,  що вони перестають реагувати на дивні злочини і жорстокі дії що трапляються довкола – виникає ефект звикання.

Такий прийом використовувався і у Республіці Білорусь, коли потрібно було викликати відчуття індиферентністі населення до дій правоохоронних органів. У пострадянських країнах його активно використовують під час розголошення масових акцій протесту,  опозицій, страйків [14].

**Голодування** - це ще один ефективний прийом психологічного тиску на владу і емоційного впливу на електорат. Організовується група молодого населення з міцним здоров'ям, які, нічим не ризикуючи, демонструють "курс лікувального голодування" у деякому публічному місці. Навколо цього медіа знімають неабиякий сюжет. Постійно чутні звинувачення в нелюдськості режиму, організації, чи певної інституції, якоїсь конкретної людини. Протистояти цьому прийому дуже важко, але за умови щодо його впровадження підійшли досить професійна,  тому що влада у будь-якому випадку мусить відреагувати на висунуті вимоги бунтуючих.

**Заговорення.** Метод «заговорення» або забовтування використовують коли треба знизити популярність якогось явища чи викликати до нього бурхливу негативну реакцію населення. Його застосовують щоб боротися із супротивником,  постійно вихваляючи його  і потім до свого говорячи про неймовірні вміння,  постійно згадуючи його назву,  і явно перебільшуючи здібності. Таким чином це досить швидко набридне населенню і навіть при одноразовому згадуванні цього ім'я - в людей буде виникати обурення і роздратування. При цьому  автора такого способу  подачі інформації важко звинувачувати в навмисний дискредитації,  тому що по суті вони лише вихваляють його.

Цей прийом активно можна застосовувати під час виборів - так званий інформаційний вибух або масований злив компроматів. Мета інформаційного вибуху: викликати роздратування у населенням і відбити у них бажання цікавитись істинною метою і правдивими цілями потенційних виборців. Цей метод заговорений що використовують для створення інформаційного шуму,  коли на фоні потоку повідомлень потрібно сховати досить важливо подію або головну проблему,  яка може вплинути на населення.

**Емоційний резонанс.** Цю техніку можна визначити як метод утворення в очах великої аудиторії Певного настрою одночасно подаючи дані змішуючи їх з пропагандою. На рівні свідомості людина створює певний психологічний захист і при раціональному застосуванні емоційного резонансу він зникає. Психологічний захист дозволяє захиститись від промивання мозгів пропагандою або о рекламою в телевізорі. Одне з основних правил пропаганди говорить: у першу чергу потрібно звертатися до почуттів людини, а не до розуму. Захищаючись від пропагандистської інформації, на розумовому рівні людина здатна побудувати систему вагомих контраргументів і звести всі зусилля із "спецобробки" на нуль. Якщо ж інформаційний вплив на людину застосовується на емоційному рівні, поза її свідомим контролем, ніякі раціональні контраргументи в цьому випадку не допоможуть.

Сьогодні ті емоції, що ми переживаємо, значною мірою є результат вливу, який викликають засоби масової комунікації. Створити емоційний дисбаланс - одне з основних завдань багатьох розважальних шоу та інформаційних повідомлень. Мас-медіа завжди намагаються викликати в глядачів і слухачів сильні емоції, і якщо необхідно, то ці емоції вони доводять до головного болю. До прикладу послухайте з якою інтонацією нам зачитують ведучі телевізору або радіопрограми інформацію про події в Україні і світі. Коли ці теми стосується трагічних подій,  війни або катастрофи,  виду наповнює свій голос шляхетною скорботою чи незадоволенням в адресу винуватців. Але якщо далі йдуть новини про зустріч політичних діячів із журналістами,  ви неодмінно помітите як монотонний голос або безнадійно фізіономія перетворюється впевнений  вираз обличчя і конструктивний оптимізм. Цей прийом має назву емоційного підгодовування від ситуації. Таким чином можна сформувати емоційне відношення масове аудиторії до тієї або іншої події. [34]

**Ефект бумеранга.** Подібна проблема розглядалася американськими публіцистами ще у минулому столітті, після несподіваної перемоги Ф. Рузвельта на президентських виборах. Сьогодні особливо сильно це проглядається у таких державах як Білорусь і Росія , де С.Тихановська і О. Навальний здобули левову частку своїх прихильників тільки перебуваючи в опозиції до діючої влади. Можна зробити висновок, що якщо ви хочете отримати неймовірна популярність у широкій аудиторії, створіть собі Імідж боротися за справедливість який переслідує влада.

**Ефект ореолу** ґрунтується на хитрій психологічній властивості - людській схильності думати помилковими поняттями. Найчастіше він базується на двох поширенних стереотипах-оманах.

"Поруч - отже разом". Унаслідок цього феномена перебування поруч зі високопоставленою чи знаменитою людиною трохи підвищує статус тих, хто знаходиться поруч, в очах оточуючих. У цьому випадку деяка частка любові й прихильності, що суспільство дарує своєму кумиру, автоматично передається і на нічим не примітних посадовців ,"слуг народу". 2-й стереотип полягає в наступному. Людина яка має великий успіхів в конкретній галузі і яка відповідно має певні особисті якості,  оточуючі думають що вона здатна на більше в інших галузях,  і приписують їй низку інших якостей. Деякі факти доводять, що це усього лише поширена омана. Існує багато прикладів, коли люди, які відмінно роблять одну справу, у іншому виявляються абсолютно бездарними.

**Ефект первинності.** Відомий доктор Гебельс Львів в сучасному пропаганду один  значущі принцип:  особа яка виразив власну думку на рахунок певної проблеми найпершою, має більше шансів вплинути цією думкою на аудиторію ніж ті, хто буде виражати свою думку наступними. Психологи кажуть, ще той кандидат який раніше за інших переконував оголосить себе переможцем,  той і буде визнаний масовою свідомістю [35]. До подібних висновкiв прийшли К. Ховланд і вченi Єльского унiверситету в Англiї, а також Н.Джанiс і Л.Доуб, якi вважали, що успiх пропагандиста значною мiрою забезпечений, якщо iнформація досягла аудиторiї раніше за iнформацію його супротивникiв. Тут спрацьовує один з ефектiв сприйняття: при надходженнi суперечливої iнформації (перевірити яку неможливо) ми схильнiвiддавати перевагу тій, яка надiйшла першою. Змiнити ж уже сформовану думку дуже важко.

Також їснують інші медіа-маніпуляції котрі варто розкривати і не піддаватися на їх вплив. Дослідник в області масової інформації Дж. Брайс випустив книгу, в якій дослідив механізми впливу на суспільну думку.

Спочатку будується "множинність думки" за допомогою "фактiв або оповiдань", щоб створити в людській душi почуття, яке незалишеться не поміченим, створюючи враження, що про обраний факт говорять всі.

На другому етапі маніпуляції, висловлюють більш конкретну думку про подiї, забезпечуючи його "очiкуваними результатами" і, тим самим, "думки пересiчних громадян починають перетворюватися в тверду масу".

На третьому етапі - в дебатах і дискусіях вiдкидаються непотрібнi аргументи на користь одного сталого і незмінного рішення.

4 етап - це введення оцінювання події або нового факту,  які виражаються в форматі переконань що склалися;  у вигляді схильності людей до об’єднання в інтересах громадян. Весь процес обробки суспільної думки порівнювався з роботою катка по дорозі, коли "перепади придушувалися і дорога навіть набуває цілого вигляду”.

Цілеспрямований вплив на думку громадян передбачає попередні знання в широких народних масах і має значення реальний стан речей. Звідси випливає інформаційний і психологічний вплив на телеканалах та одночасне ретельне вивчення думки громадян і суспільства загалом.

Якщо розглядати процес формування думки населення, я вважаю що його можна представити в наступному форматі. Коли у світі відбувається певна подія або явище,  особа або громадська група може виразити до нього своє відношення І власне ставлення тільки після того як отримує інформаційне повідомлення про подію.

Як правило інформація надходить через засоби масової інформації. Важливе значення має вироблення певної оцінки і написання коментарів який буде доданий до інформаційного повідомлення. Від нього залежатиме думка громадян. Таким чином людина яка ознайомлюються із новинами отримує в додачу ще й коментар [36].

Способи маніпулювання думкою громадськості опирається в першу чергу на засоби масової інформації,  за допомогою яких можна коригувати свідомість і психічне відношення людей і громадських об'єднань. Сюди що відносяться і використання факту політичної не освіченості громадян,  використання законів психології і способу некритичне сприйняття.

В цілому, обрання способу впливу ЗМІ залежить від форми подання інформації та засобів, якими вона здійснюється. Сукупність способів, методів та форм прямої та опосередкованої інформаційної дії ЗМІ, спрямованої на задоволення інформаційних потреб та формування стереотипів поведінки, складає механізм впливу ЗМІ на формування політичної свідомості громадян.

 Підсумовуючи викладене, можемо стверджувати, що ЗМІ стали "гарантом демократичної правової країни, де поважають права людей, зокрема доступ до своєчасної та об'єктивної інформації". Впливи ЗМІ на аудиторію можуть як суб'єктивно, так і об'єктивно оцінюватися позитивно чи негативно. Їх існування є предметом діяльності маркетингових технологій в усіх сферах, починаючи від соціальної реклами і закінчуючи політичною агітацією [7, c.57].

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Джерела, канали реалізації загроз | Характер прояву загроз | Заходи із захисту від загроз |
| 1 | Інформацінні технології | Занепад власних тех­нологій обробки ін­формації | Розробка влас­ної інформа­ційної технології |
| Імпортування запози­чених інформаційних технологій |
| 2 | Інформацінні ресурси | Перевантаження ін­формацією | Розробка мето­дів стиснення інформації |
| Дезінформування | Розробка мето­дів виявлення дезінформації |
| Приховування інфор­мації | Оцінка інфор­мації на повноту |
| Тенденціозне подання інформації |
| 3 | СвідомістьЛюдини | Суб'єктивність оцінки інформації | Автоматизація інформаційно-аналітичного забезпечення |

Узагальнені моделі інформаційних загроз Таблиця 1

Однак, попри всі докази можливих негативних впливів медіа на суспільство, в Україні відсутні механізми правового забезпечення суспільної свідомості від таких впливів. В країні взагалі відсутнє правове регулювання убезпечення свідомості населення від негативних медіа-впливів: жодної стратегії, жодного нормативного акту, який би прямо гарантував захист свідомості населення від впливу медіа в країні немає.

Слід відзначити, що ЗМІ здійснюють як хороший, так і негативний вплив на свідомість населення. Позитивна сторона в тому, що ЗМІ можуть викликати патріотизм, виховувати і підтримувати культурні цінності, доносити правдиву і дуже значиму інформацію, формувати політичну орієнтацію громадян.

Не зважаючи на те, що вітчизняне законодавство орієнтоване на забезпечення діяльності ЗМІ, влада нехтує забезпеченням безпеки свідомості населення від негативних медіа-впливів. Законодавство України не передбачає критеріїв недопустимості негативних впливів на свідомість глядацької та слухацької аудиторій, навіть не висуває критеріїв таких впливів, не оцінює їх як негативні чи позитивні [28].

Забезпечення ефективної моделі впливу засобів масової інформації на політичну свідомість громадян України можливе за умов: рівноправного обміну інформацією між політичною системою та громадянським суспільством; повнотою і достовірністю інформації; відповідністю інформації до основних цінностей суспільства; орієнтацією інформації на забезпечення основних прав і громадянських свобод людини; наявністю повноцінного обміну інформацією між управлінською елітою й основною масою населення.

Створення в Україні єдиного національного простора інформації  і культури неможливе без реалізації обґрунтованої державної політики,  яка створить необхідний  фундамент для повноцінного функціонування і роботи наявних засобів масової інформації як важливого механізму у формуванні і зміцненні свідомості українців,  утвердження незалежності нашої країни. До основних рухів інформаційної політики держави відносять адміністративний і законодавчий Захист ресурсів  і надання національного інформаційного простору,  покращення засобів керування інформаційними базами країни.

Дедалі більше соцмережі впливають на свідомість і психіку,  нав'язують думку громадянам,  адже цей канал використовується щодня,  він поширюють ідеї і об'єднує однодумців у певні угруповання, у соціальних мережах  організовується заходи як віртуальні, так і реальні [37,с.2]. Зараз можна сказати, що практично всі важливі події у суспільстві,  явища залишають свій відбиток в соцмережах.

 В контексті цієї теми  доцільно розказати про шлях відображення у соцмережах процесу утворення ініціативи з боку громадян і сформованих спільнот,  які спонукають громадське суспільство України до розвитку інституцій. А якщо не вдаватись до політичних комунікацій в соцмережах,  одночасно не можна зазначити що Яскравим прикладом реалізації ініціатив громадян за допомогою соцмереж став Євромайдан. До речі він розпочався саме з активних закликів активістів у мережі інтернет.

Згідно проведених досліджень можна сказати що головну роль мала саме думка лідерів в соціальних мережах голів партійних членів в активізації супротиву. Згідно проведених досліджень було встановлено що на початку грудня 14 року в соціальних мережах було створено кілька сотень сторінок присвячених майдану. Наприклад у соціальній мережі «ВКонтакте» була створена 251 група, В «Однокласниках» - 72, у «Фейсбуці» - 27. Було створено спільнота «Євромайдан SOS» у якій надавалось допомоги і проводились пошуки зниклих,  питаннями з організації займався громадський сектор Євромайдану,  поширенням інформації загального призначення  займалася група «Євромайдан» і «єврореволюція». Існувала ще об'єднання «Автомайдан» -  він координував дії автомобілістів,  Майдан закордонних справ -  займався питаннями зовнішньої політики.

Проаналізувавши цю соціальну активність можна сказати що значна частина населення має активне  прагнення до самоорганізації,  згуртувалися навколо спільних ідей і намірів.

Отже, за допомогою соціальних мереж, на фоні поширення інформаційних технологій серед населення, створюються нові угруповання громадян,  однодумців,  громадських рухів,  а громадське суспільства що формується досягає швидшої і ефективнішої комунікації. За допомогою зростання ефективності впливу соціальних мереж серед населення зростають і ресурси контролювання за певними структурами,  зростають шанси реалізації ініціатив населення.. Чи можна сказати що комунікація у мережі Інтернет призводить до активізації населення,  спонукає його об'єднуватись і приймати важливі рішення,  а здатність  підтримувати комунікації з боку  влади -  являється  одним з важливих показників ефективного управління державою [39]. Практика реалізації громадських ініціатив через соціальні мережі Демонструють що сьогодні віртуальний простір для комунікації є зручним і сприйнятливий населенням середовищем для формуванням ідентичності громадян і має високий ступінь соціальної самоорганізації, який можна оптимально використати  щоб зміцнити дух громадянського об'єднання.

**2.3. Формування особистості під впливом засобів масової комунікації.**

Живучи у сучасному світі, ми постійно стикаємося із засобами масової інформації. Вони настільки міцно увійшли в нашу повсякденність, що ми навіть уявити собі не можемо свого існування без них. Для нас стало досить звичним дивитися останні новини по улюбленому телеканалу, дізнаватися рахунок футбольного матчу на спортивному сайті через Інтернет, слухати прогноз погоди на день на хвилях улюбленої РМ-радіостанції. Значення засобів масової інформації в житті сучасного суспільства важко переоцінити. Починаючи з середини 20-го сторіччя, бурхливого розвитку інформаційних технологій заклав основу формування суспільства абсолютно нового типу - інформаційного суспільства.

Вплив ЗМІ на людину починається в ранньому віці і продовжується все життя. Людина, яка раніше особисто не стикалася з тією чи іншою проблемою, завдяки можливостям засобів масової інформації, змогла ознайомитися з найрізноманітнішими проявами життя, скласти про них певне уявлення, і сформувати до них певне ставлення [40].

Особливо важливим є вплив ЗМІ на формування конкурентно спроможної особистості оскільки вони виступають вагомим засобом створення культурно- інформаційного простору. Особистість формується в результаті сукупність процесів виховання і самовиховання. А. Н. Леонтьев вважав, що особистістю не народжуються, а стають . Діти не мають особистості, оскільки відповідальність за їх вчинки несуть батьки . На думку Л.І. Божович, можна виділити два критерії особистості, що сформувалася:

По-перше людину можна назвати особистістю якщо що вона в змозі долати власні бажання заради чогось іншого і в її діях присутня певна ієрархія. По-іншому це називається опосередкованою поведінкою. При цьому мотиви за яких людина починає діяти є значимими для соціуму.

По-друге людину вважають особистістю якщо вона здатна свідомо керувати своєю поведінкою. Це базується на мотивах особи, цілях і принципах.

На сьогоднішній день існують різні соціальні групи,  економічні і політичної структури. У світі спостерігається нерівномірний розвиток держав  і як не дивно присутні явище конкуренції. Конкуренція – це боротьба між наприклад політичними партіями, економічними структурами,  соціальними групами або державами між собою, щоб отримати вигідні умови життя. Боротьба з метою конкуренції може перетворитися на конфлікт -  одна з основ соціального прогресу.

З вище сказаного можна зробити висновок, шо конкурентоспроможна особистість - це така особистість, яка здатна швидко і безболісно адаптуватися до постійних змін суспільних умов, науково-технічного процесу і нових видів діяльності та форм спілкування за умови збереження позитивного внутрішнього психоенергенетичного потенціалу і гармонії. Безпосереднім предметом дії інформаційних повідомлень ЗМІ є як окремий індивід, так і велика група людей, що становлять аудиторію для тих чи інших конкретних ЗМІ. Вони мають великі можливості здійснити вплив на життєдіяльність і думки особистості за допомогою інформацією або практичних дій. Можна виокремити два види такого впливу:

1) Засоби масової інформації сильно впливають на здатність засвоїти населенням інформацію різного віку,  соціальних груп,  вподобань, цінністю  у різних сферах життя: соціально-економічних,  здоров'я, права та інші.

2) ЗМІ здійснюють неофіційно освіту і просвітом усіх категорій населення. При цьому конкурентоспроможні особистості здобувають досить різнобічні, суперечливі, несистематизовані знання, відомості з різних питань суспільного та політичного життя.

Дж. Клепер дає класифікацію умов, за яких при посередництві інформації можна впливати на людей: легше всього вплинути на людей, які раніше до цього ніякої конкретної думки з даної проблеми не мали; інформація може посилити, закріпити позиції, вже вироблені в індивіда; за сприятливих умов масова комунікація може послабити існуючі ставлення і уявлення, не ставлячи собі за мету їх змінити [6].

Існують також і рівні сприйняття інформації:

1. Індивідуальний

2. Колективний

3. Організаційний

Розглянемо як впливає ЗМІ на індивідуальний рівень. Метою впливу ЗМК на індивідуальний рівень може бути утворення в особистості таких якостей як:

-усвідомлення (ЗМІ доносить інформацію про конкретну річ, особистість і пояснює його значимість);

-знання (важливою функцією є пере
дача інформації на широку аудиторію. Оволодіння знаннями є вагомим результатом, оскільки не веде до утворення необхідного відношення до певного об'єкта і стає необхідною умовою для наступного утворення у особи потрібної поведінки);

-ставлення (засоби масової інформації можуть редагувати відношення аудиторій до певних об'єктів Крім того, ставлення означає наявність цінностей і переконань, які можуть бути основою для позитивних дій);

-віра людини в здатність змінювати поведінку є важливим фактором у виборі та підтримці здорової поведінки. У цьому випадку засоби масової інформації можуть стимулювати розвиток дозвіллєвої діяльності різними способами, включаючи формування інтересу до поведінки, навчання необхідних навичок та прийняття певних навичок. Цей спосіб поведінки заохочує до простих тимчасових форм поведінки, наприклад, пробної поведінки)[42];

-навички (ЗМІ поширюють певні навички та вміння та заохочують аудиторію прийняти їх. Згодом поведінка індивіда може повністю змінитися).

Рівень команди. ЗМІ можуть сприяти змінам внутрішньої комунікаційної поведінки команди. Кількість і типи цих взаємодій можуть бути важливими цілями на рівні команди. ЗМІ намагаються залучити членів сім’ї та друзів, провести загальну дискусію з іншими.

Організаційний рівень. Об’єктами впливу ЗМІ на цьому рівні зазвичай є роботи, школи, супермаркети та інші роздрібні магазини. Зазвичай використовуються друковані видання, такі як пам’ятки, інформаційні бюлетені та брошури. Вони розроблені для певних груп і підходять для певних умов. Різниці від справжнього майже немає, тому входьте в нього і не забувайте про правила реального життя[42].

Підлітки стають найактивнішими користувачами Інтернету. Інтернет став для них звичним, спокійним життям. Вони швидко орієнтуються у кіберпросторі: завантажують музику, користуються миттєвими повідомленнями, грають в онлайн-ігри... відносно нове для підлітків. Покоління загроз – кіберзалякування. Віртуальний жах, як правило, для підлітків. А якщо хтось заступається за скривджену дитину в реальному житті, то в Інтернеті вона зовсім одна, а погрози і приниження одноліткам серйозно ранять її душу. Будь-яка його форма спрямована на спричинення шкоди, щоб ефективно принизити людину дистанційно, без фізичного насильства (на відміну від булінгу). Зброєю є соціальні мережі та форуми. Чат, мобільний телефон тощо.

Причин для нападу багато, вони можуть бути усюди. Чи то в реальності, чи в Інтернеті стосунки між нападником і жертвою майже розкриті. Механізм їх взаємодії фактично однаковий. Так само ненависть переноситься з реального світу у віртуальний. Діти можуть знати, хто знущається над ними в Інтернеті. Сьогодні булінг перетворюється на кібербулінг. Але найгірше. Незнайомці, які переслідують свої злі ланцюги, можуть атакувати. На відміну від кібербулінгу, справжнє цькування припиняється, коли дитина повертається додому зі школи, а віртуальні терористичні дії продовжуються вдома. Дитині немає де сховатись.

Існує кілька проявів, усі з яких не можна ігнорувати: надсилання погрозливих та образливих текстових повідомлень; розповсюдження відео та фото (спам); видалення дітей із спільнот соціальних мереж та онлайн-ігор; голосування (анонімне чи відкрите) «за» чи «проти» чиюсь пропозицію в опитуванні зловживання; підбурювання молоді до самогубства або самоушкодження (групи смерті, наприклад, популярні кілька років тому сині кити); створювати фальшиві сторінки в соціальних мережах, крадіжка даних для створення онлайн-клоуну, надсилання відвертих зображень (зазвичай дорослі надсилають дітям), заохочення неповнолітніх надсилати іншим свої відверті фото у соцмережах, заклик їх до сексуальних розмов, переписок у соціальних мережах, тролінг (надсилання погрозливих, грубих повідомлень у соціальних мережах, чатах чи онлайн-іграх) спрямований, швидше, на дорослих. З огляду на останні події, це часто стає одним із способів розгортання інформаційної війни.

**Як захистити своїх дітей від кібербулінгу.?**

 **Здійснювати батьківський контроль.** Беручи до уваги вікові особливості дітей (для молодших обмежують доступ до проблемних веб-сайтів, для старших час від часу переглядають історію веб-переглядача), будь ласка, робіть це обережно.

**Поясніть**, що деякі речі не можна обговорювати зі сторонніми: прізвище, номер телефону, адреса, де і коли працюють батьки, відвідування шкіл і гуртків — слід тримати в таємниці.

**Навчіться критикувати** інформацію в Інтернеті. Не весь вміст, написаний в Інтернеті, відповідає дійсності. Якщо у дитини є питання щодо автентичності - попросіть його запитати у старших. У нашу інформаційну епоху кожна людина знаходиться під сильним тиском інформаційного потоку. Цей тиск схожий на потужну течію в бурхливій річці, створюючи неймовірний опір плавцям, які намагаються плисти проти течії. Цей потік безперервний, він може трохи ослабнути, а може збільшитися, накривши плавця потужною хвилею. Плавці – це ті, хто намагається досягти своїх цілей, купаючись у річці життя. Якщо ціль знаходиться вище за течією, досягти цілі на берег буде ефективніше. Ще краще - повернути потік води в іншу сторону [44].

Телебачення, радіо, газети та Інтернет є основними джерелами швидких медіа. Більшість людей свідомо чи несвідомо пірнають у цю річку щодня, вдома чи на роботі, у місті чи на селі – скрізь. Щодня ця течія віддаляє людину від своєї мети, і рано чи пізно вона накриє її головою.

**Що відбувається, коли ЗМІ впливають на людську психологію.**

По-перше, змінилася система цінностей. Живе людське спілкування поступається місцем інформаційному, опосередкованому спілкуванню. ЗМІ віддалили людей, які живуть в одній кімнаті, і замінили спілкування на місці уявними привидами на екрані.Втрата відчуття життя людини призводить до втрати любові. У потоці інформації сучасні люди втратили себе, їхні духовні основи стали розмиті, а рівень їхньої особистості пом’якшився.

По-друге, за допомогою оптичних технологій і монтажу в свідомості людини традиційні картини світу перетворюються на «віртуальну» реальність, занурюючи людей у ​​особливий стан зміни свідомості. [45, с.6]

По-третє, через телебачення Інтернет є маніпуляцією людською свідомістю. На телеекрані панують потурання, розпуста і жорстока знищення.

**Останім часом чітко простежується тенденція інтелектуальної, моральної й духовної деградації великої частини населення, особливо молоді, під впливом неконтрольованої діяльності ЗМІ. Чому?**

На телеекранах, кіноекранах триває показ американських примітивних бойовиків, фільмів-жахів, еротичних фільмів, що негативно впливають на слабку, незрілу свідомість молодих людей, які втратили у своєму житті один відсоток правильних ознак. У західних країнах суспільство орієнтоване на молодь, відкрито культивує цинізм і жорстокість, демонструючи й розповідаючи про подробиці вбивства, і широко та вміло сприяють реалізації влади, насильства, грошей, інтересів за допомогою неналежних засобів, плоті та моралі. "хороше життя". Герої сюжету виставляють вбивць, злочинців, повій, психопатів, махінаторів і авантюристів. До прикладу, канали телебачення демонстрували фільми: "Переможи диявола", "Секрет диявола", "Мамочка - маніяк-убивця", "Пропащий ідол", "Обійняті жахом", "Кров і пісок"... упродовж тільки одного тижня.

Преса та телебачення докладно подають подробиці багатьох кримінальних подій, злочинів із вбивствами, насильством, пограбуваннями.[46] Так ЗМІ ніби привчають юнаків та підлітків до мерзот життя, роблячи їх буденними, не даючи їм критичної оцінки і пояснень.

До цього додається тупий гумор і добродушно-поблажливі коментарі. Під впливом нав'язливої і багатої на кримінальні теми інформації у юнацтва формується уявлення, що пограбування, вбивства, насильство - неминучі і буденні супутники демократичного суспільства і з цим потрібно жити.

ЗМІ поширюють секс і еротику, беручи активну участь у "сексуальній революції". Тотальна сексуалізація і еротизація українського суспільства ведеться всупереч християнським канонамінаціональним традиціям.[47] Більшість мас-медіа заохочують сексуальне розкріпачення, спрощення стосунків між чоловіком і жінкою.

Так висміюється і знищується природне відчуття сором'язливості в особистих стосунках, особливо з боку жінки. Масоване впровадження моралі вседозволеності, її систематичний вплив через ЗМІ на молодь затіняють і пригнічують уявлення про чистоту людських стосунків, високу мораль, заглушують і стримують формування інтелектуальних і духовних потреб.

**Як наслідок - деформація інтелектуального й духовного розвитку людини.** Ще страшнішим результатом є поширення інтимних послуг, кількості зґвалтувань і інших злочинів на сексуальному ґрунті, моральний і фізичний занепад підлітків, дітей, юнаків, поширення венеричних захворювань, ВІЛ і СНІД.

Все більше вчених і простих людей стали свідками негативного впливу ЗМІ на нашу духовну сферу. У гонитві за наживою, а не за правдою, ЗМІ «обслуговують» нас надмірно, зазвичай негативно, і буквально «затоплюють» усі аспекти життєвого насильства, катастрофи, егоїзму, крадіжки, сорому, жорстокості, цинізму тощо. - Тому слабшають життєздатність аудиторії, читачів і слухачів. Однак наша життєва енергія не тільки посилюється або слабшає під час особистого контакту з певними людьми, але також посилюється людьми, образами, символами, словами та звуками, які ми «поглинаємо» через телебачення, радіо, фільми, газети, книги та журнали або слабшати.

Брехня, навмисне спотворення реальності, пропагування сумнівних цінностей – все це використовується для того, щоб гіпнотизувати нас, відволікати від поточних проблем, і, треба сказати, ЗМІ досягли значного прогресу в ослабленні та позбавленні нас життєвих сил. Успішної гармонії та рівноваги. [48, с.10].

Тому діти до 14 років у США в середньому мають час на перегляд сотень тисяч реклами та понад 10 тис. телевбивств (на жаль, ця негативна тенденція стає характерною для нашої країни). Соціологічні дослідження злочинності показують, що громадська думка з цього питання, особливо громадська думка щодо насильницьких злочинів, часто перебільшується порівняно з фактичною статистикою. Так, загальний страх американців (наприклад, вийти на вулицю одного разу ввечері) — це лише відображення не через їхній власний життєвий досвід, а через ЗМІ. Зазначаючи, що сьогодні навіть маленькі діти стають все більш агресивними, слабковільними, залежними від комп’ютерних ігор, алкоголю, куріння та наркотиків, ми розмірковуємо над причинами цих явищ і тенденцій. Оскільки ЗМІ мають найбільший негативний вплив на дітей, будь ласка, подумайте про наслідки. Молодь відстає в мовному розвитку. Згодом діти почали говорити, спілкуватися неохоче, з бідним словником і дуже примітивно. Яка користь від телевізора? Дитина, яка дивиться мультфільми, завжди чує цю мову. То чому ж його розвиток відстає? Опанування мови в ранньому віці відбувається лише при безпосередньому спілкуванні з іншими на місці. Якщо промова не є особистою для неї і не потребує відповіді, це не сприятиме розвитку мовних навичок. [50]

У дитини проблеми з концентрацією уваги. Найчастіше це трапляється, коли діти навчаються в школі. Вона не може зосередитися на чомусь за 3-5 хвилин, їй важко вловити інформацію на уроці, і вона повинна рухатися далі. Уми дітей можуть бути переповнені телевізійними шоу, але дітям важко аналізувати та встановлювати зв’язки між подіями. Чому тут телевізійні шоу? «Телевізійна чарівна коробка» показує нескінченні цикли зображень з музикою та гучними фразами. Немає потреби аналізувати те, що ви бачите, кадр за кадром, вони «ведуть» глядача так, щоб у нього не було шансів усвідомити те, що він бачить.

Дитині не вистачає уявлення. Вона втрачає бажання і здатність чимось займатися. Їй нецікаво малювати, конструювати, фантазувати сюжети ігор. До чого тут телебачення? Провівши багато часу перед телевізором, малюк, звикає пасивно сприймати інформацію. Він в житті чекає, коли хтось для нього "зробить" щось цікаве і веселе.

Дитині не цікаво спілкуватися з рідними. Її спілкування з друзями стало формальним: дітям не було про що обговорювати, сперечатися. Яка користь від телевізора? Для дітей легше натиснути кнопку і чекати нової розваги, ніж налагодити спілкування. У кращому випадку вона просто крутиться або штовхається з друзями. [52, с.10]

Дитина стає агресивною. Раніше бій закінчився, як тільки ворог висадився. Сьогодні переможці часто перемагають переможених.
Яка користь від телевізора? Дослідники виявили, що лише 50% батьків намагалися пояснити своїм дітям негативні сторони насильства, що показують по телебаченню, а 40% батьків не цінували зміст програм, які дивилися їхні діти. [51, с.6]

**Але ЗМІ мають протилежний вплив на окремих людей.** Якщо ми познайомимося з життєстверджуючими людьми, які називають нас сповненими щирих, правдивих і теплих слів, наша життєва енергія буде відповідно зростати за рахунок можливого впливу (переважно негативного).
Існує незліченна кількість ЗМІ, і вони варті уваги та обережності при виборі того, що нам дійсно потрібно. Якщо ви використовуєте медіа з розумом, ви можете уникнути багатьох шкідливих наслідків. Якщо ми не можемо позбутися певних медіа, нам потрібно активувати «внутрішній фільтр», щоб видалити все негативне, що нас стимулює і впливає на нашу життєву енергію. Загалом, існує три основних варіанти впливу інформації на емоції, цінності та ставлення людини: нейтральний, негативний і позитивний. Нейтрального впливу на людину не спостерігається, тобто не впливає на нього. Зазвичай негативні впливи залишають темний слід у свідомості людини: миттєва депресія, обурення, гнів тощо. Позитивний вплив отриманої інформації може сформувати почуття радості, натхнення, вдячності чи любові та підбадьорення.
Загальний стан людини — це сума особистісних впливів, отриманих за певний період часу. Тому, коли переважає позитивний вплив – у людини буде гарний настрій, відчуття щастя, позитивні думки та навпаки. Враховуючи вплив наявної інформації, для цього ми відкриємо будь-яку потужну новину в Інтернеті і прочитаємо заголовок: «Ціна проїзду київської маршрутки зросте до 10-12 гривень?», «У Донецьку В районі, вул. гірники перекинули автобус: постраждали 8 осіб», «поліція затримала 169 учасників нападу на фабрику», «долар з київського обмінника забрав 31 брусок», «опозиція повернулася до Верховної Ради і заблокувала трибуну». .....і т.д. [53]

Аналізуючи всі заголовки на сторінці, ми виявили, що лише 3 з них мають позитивний вплив, 12 — нейтральний і 20 — негативний. Ситуація, що спостерігається в інших джерелах новин і будь-якому випуску новин на телебаченні, приблизно така ж.

Іншими словами, перегляд, перечитування або прослуховування медіа зазвичай призводить до негативної депресії, дратівливості та страху паралічу. Звичайно, таку людину легко керувати, але реалізація її необмеженого потенціалу. Але, на жаль, більшість людей страждають від поганих новин.
Є припущення, що характерною рисою людської природи є спотворення, яке спонукає багатьох людей шукати розраду від нещастя інших у важкі часи життя. З чим це пов’язано? **В основному це пов’язано з нашим інстинктом самозахисту. Коли реальної загрози немає, ми продовжуємо активно шукати віртуальні загрози, отримані від ЗМІ, і часто змушуємо «слонів літати». Так сталося під час еволюції: щоб вижити, люди повинні постійно зосереджуватися на пошуку безпеки.**

Сьогодні наш мозок працює за еволюційною схемою: вони намагаються передбачити ситуацію в будь-який час і в будь-якому місці заздалегідь або краще, щоб передбачити можливі загрози їхньому фізичному, соціальному чи моральному благополуччю. Навіть якщо такої загрози немає, мозок може легко придумати віртуальну загрозу. Він отримує «страшилки» зі ЗМІ і матиме бажання. Загалом, майже 75% наших думок є «негативними».

Звичайного набору низькоякісних, штучно слабких «цінностей», які постійно надають нам ЗМІ, зазвичай достатньо, щоб сформувати хибний стресовий стимул, а саме штучних опонентів або безглуздих тестів [55]. Цей вид стимулятора дає нам справжні симптоми стресу, такі як гнів, страх чи депресія, без будь-якої соціальної необхідності. Ці симптоми можуть мати фізичні наслідки — погіршення здоров’я, дисбаланс тощо.

**Насичені інформацією, «стресові» новини та новини фактично знаходяться поза нашим контролем і не дають можливості для особистої участі.** Непряма «участь» у реальних (чи вигаданих) світових катастрофах поступово стає звичним відчуттям, яке не приносить ніякої користі і значно збідніє. Крім того, коли наша життєва енергія слабшає під безперервним впливом образів і символів, ці образи і символи представляють нелюдяність і жорстокість (зазвичай романтизуються масовим споживанням), ми несвідомо втрачаємо ту саму силу особистості, яка надихне нас безкорисливо допомагати тим, хто цього дійсно потребує, активно намагатися якось покращити та виправити наше життя на багатостраждальній планеті. ЗМІ використовують новітні методи психологічного впливу в поєднанні з високопрофесійним артистизмом, що дозволяє підтримувати шкідливі негативні заряди для стимуляції нашого харчування. Хитрі секрети елегантної упаковки та вміння «показати товар» бентежать споживачів, а водночас спотворюють шкалу цінностей, і розквітає пишний цинізм. Якщо ми зможемо придумати спосіб зарядити різні машини та механізми антиенергією, яку ми постійно отримуємо від ЗМІ, наші автомобілі, пральні машини, друкарські машинки та супутники негайно перестануть працювати. Чи не дивно, що сучасні люди навчилися розуміти потреби своїх машин, але не можуть зрозуміти власні інтелектуальні та емоційні потреби?

**Важливим інструментом, який використовується ЗМІ для прямого і опосередкованого прищеплення, кодування й упорядкування свідомості, є масова реклама, завдяки якій у свідомість і підсвідомість людей, настанови та поведінку людей постійно і систематично впроваджуються різноманітні «цінності» та ідеї всього населення.**

За допомогою масової реклами, особливо телевізійної, постійно формується психологія споживача та психологія матеріалізму. Телевізійна і радіореклама відволікає увагу людей на нижчі й ціннісні потреби та цінності, відволікаючи людей від високих і важливих потреб і цінностей, особливо розумової та інтелектуальної уваги. [56, с.8]

Чому б не відпочити від щоденної зайнятості телевізором? Так. Особливо в наш час, коли нас дійсно вдарить низка реклами, ми це відчуємо. Шоу, фільм увірвалися в рекламний кошмар.

Коли ми зосереджуємось на фільмах та іграх, ми змушені отримати неприємний ляпас, наприклад, новий інструмент для ремонту санвузла або відомий «твікс». Ці кадри одних просто відразу дратують (які «кросівки», якщо.) у інших викликають несвідоме занепокоєння. Незважаючи на те, що реклама є частиною повсякденного життя, вона стала такою без нашої згоди. Воно безсовісно вривається в наше життя і забирає частину пам’яті, є безперечним стресором.

Переривання фільмів і фейкова реклама фільмів завадить нам мріяти та розслаблятися. Прихована реклама, яка транслюється цілий день, є психологічним насильством над людьми. Він має вимушений і зазвичай агресивний вплив на підсвідомість, що може бути шкідливим для психічного здоров’я та загального самопочуття. Коли в телерекламі показують цікаві фільми чи серйозні програми, вони заважають думати людям, порушують потік емоцій, відволікають увагу, що особливо шкідливо. В результаті руйнується нервова система і психічне здоров’я людини, вона стає неврозом з недостатнім реагуванням на життєві події та явища. Це сумно, що заради збагачення декількох людей свідомість мільйонів громадян щоденно засмічується всякою рекламою, яку транслює телебачення. Свідомість людини є найвищим творінням природи і суспільства - досить тендітним і тендітним. Немає нічого елегантнішого та просунутішого. Однак він не цінується і не охороняється. З нею грубо поводилися, крутили і катували по телевізору.

**Страшними наслідками є прямий і опосередкований внесок ЗМІ в рекламу алкогольних напоїв і тютюнових виробів та пропаганду святкових традицій, які, безсумнівно, сприяють розвитку та популяризації попиту на алкоголь і куріння.** Сьогодні від поширеності пияцтва страждають не лише працездатні чоловіки, а й жінки та підлітки. Це призвело до враження про збільшення кількості національних генних банків, фізичну та психічну деградацію, вбивства та самогубства, катастрофи, нещасні випадки та соціальні злочини. Під впливом потужних негативних ЗМІ ми постійно піддаємося атакам.

Підрахуйте, будь ласка, скільки негативних програм у тижневому телевізійному розкладі. Цифри вас здивують. Адже навіть удень безперервна програма новин рясніє негативними емоціями, фактами про катастрофи, вибухи, природні катаклізми... Тому люди сердито кажуть: «Ну, просто трішки страшно! Нема що дивитись. Телевізор Куди б ти не пішов — тільки постріли, кров, бандити». Яку пораду ви можете їм дати? Не дивись на це! Щоб ви не бачили огиди всього цього! Хто змусив вас увімкнути телевізор, щоб дивитися цих бойовиків, ці історії про те, як планувалося і здійснювалося вбивство... Хто змусив вас натиснути кнопку ТБ? Хто б не хотів, щоб ви брали в руки пульт, гортали програми одну за одною і відчували надмірні негативні емоції? Хто, як не ти сам? ! Однак, якщо ви не настільки відповідальні за своє життя, що не можете навіть контролювати такі прості речі — дивитися чи не дивитися негативні програми, читати чи не читати всілякі почуття в суто негативних газетах — тоді ми можемо поговорити про що? Успіх?! Життя у спокої та гармонії? Яким є твоє власне життя, яким ти хочеш його бачити? ! Якщо ви не можете захистити себе навіть натиснувши кнопку ТБ, як ви можете створити щось у своєму житті? ! Ми знову забули наше дивовижно унікальне життя. Про себе - єдине і неповторне, про яке потрібно піклуватися і піклуватися. І це дуже важливо – бережіть себе, бережіть себе, створюйте собі найкращі умови для життя.

**Бережіть себе, будь ласка!** Якщо ми дозволимо намочити себе в багнюці, вульгарній і брудній воді, це не буде виглядати так, ніби ми любимо себе. При чому тут любов до себе? Напевно, просто не люблячи себе, можна бути таким жорстоким до себе! Захистіть себе від негативного впливу.

Проаналізуйте, до яких проектів і публікацій не варто приєднуватися. Уявіть собі, чи зміниться ваше життя на краще, коли ви читаєте такі статті, як «Смерть у каналізації» та «Відомого співака підозрюють у шахрайстві»? Немає! Будуть гнів, невпевненість у майбутньому, розпач, недовіра, ревнощі-емоції, які роблять нас нещасними. Не дивіться серіали, які руйнують ваше життя.

Викресліть їх: запитайте себе, чи корисні вони для вас? Вони вас підтримують? Вам стає краще? Ви отримали нову інформацію, яка допоможе вашому життю та здоров’ю? Чи надихнуть вони вас на позитивні зміни? Якщо так, то це твій друг. Якщо ні, то це ваш ворог. Тому не дозволяйте ворогу увійти у ваше життя. Це в межах ваших можливостей! В даний час поклоніння жорстокості, насильству та порнографії, яке пропагується ЗМІ, особливо на телебаченні та комп’ютерних мережах, спричинило несвідоме бажання більшості населення, особливо підлітків та молоді пострадянських країн, наслідувати. власних звичок і способу життя, зменшити масштаби обмежень і законодавчих заборон, зменшити негативні норми поведінки у суспільному житті, що відкриє шлях до вчинення правопорушень. Щоб компенсувати негативний вплив ЗМІ на дітей, громадські організації, батьки та відповідні державні органи повинні працювати разом. Можливо, варто розпочати певні освітні програми, включаючи навчання дітей вмінню аналізувати те, що ви бачите на екрані, порівнювати це з реальним життям, розвивати навички оцінювати те, що ви бачите, якомога більше пояснювати та виконувати кілька завдань у один кадр.

Іноземні знання також слід вивчати та використовувати. Особливо в американську шкільну програму введений клас кінокритики. Викладачі провідних університетів, представники релігійних організацій та приватних компаній віддані своєму розвитку за сприяння ЮНЕСКО. У Великобританії всі програми, що транслюються до 21:00, мають відповідати певним стандартам перегляду молодої аудиторії. У Німеччині конституція дозволяє обмеження поширення інформації через «Закон про захист молоді». Деякі суспільні мовники дотримуються правил і не повинні публікувати програми, які можуть завдати шкоди здоров’ю дітей та підлітків, перш ніж вживати заходів, щоб переконатися, що діти навряд чи будуть дивитися ці програми. Вища аудіовізуальна комісія Франції діє відповідно до закону 1986 року і відповідає за нагляд за трансляцією програм, які можуть завдати шкоди дітям. Іншими словами, не рекомендується відтворювати порнографічні сцени з насильницькими програмами тривалістю до 22 годин 30 хвилин і їх рекламу до 20 годин 30 хвилин.

**Висновок розділу 2**.

Сучасні ЗМІ вкрай негативно впливають на окремих людей (особливо дітей) і на суспільство в цілому. ЗМІ переповнені негативною інформацією, що призводить до значного морального та інтелектуального погіршення та погіршення психічного здоров’я людей. Це не для формування почуття духовності, оптимізму та домінування у власному житті, а для того, щоб перетворити нашу зовнішню ментальність у внутрішнє середовище, формуючи песимізм і пасивність. Повну відповідальність за це несуть дорослі – батьки, вчителі, державні службовці, влада. Настав час, коли громадськість (особливо освіта) та існуючі державні інституції, зокрема РНБО, почали активно протистояти недобросовісним ЗМІ, які не допомагають людям і країні, а в основному шкодять і руйнують.

**Розділ 3. Шляхи вдосконалення ЗМІ у глобалізаційному вимірі**

**3.1 Рекомендації що до регулятивності інформаційного простору**

В наш час серед журналістів та юристів виникають дискусії з питання визначення статусу юридичного web – сайтів, де розміщують масові відомості. Інакше кажучи, коли виникають складнощі із законом на зразок: чи треба визнавати web – сайти як засоби масової інформації, чи вони до цієї ланки не належать. Ця проблема витікає із іншої проблеми- потреби у реєстрації чи не реєстрації цих web – сайтів за умов визначення їх як засобів масової інформації. Для правознавства у теоретичному та практичному аспектах складнощі визначення юридичного статусу web – сайтів, які є джерелом масової інформації, важливі не лише з умоглядного погляду, алей з погляду захисту прав та інтересів суб’єктів відносин, які з ними пов’язані.

Однак не можна застосувати принципи загального права , поширюючи стандарти, які регулюють роботу загальноприйнятих засобів масової інформації, на регулювання роботи internet - засобів масової інформації, тому, що робота сайтів має свою специфіку, зумовлену поширенням технологій, а також всієї сітки Інтернет [57]. До вище зазначених специфік потрібно віднести:

- міжнаціональні властивості розміщення та застосування медійних продуктів, що містять на знаходяться на web – сайтах;

- ймовірно абсолютну або відносну анонімність авторів, що розміщують інформацію на веб-сторінках;

- мультимедійні властивості подання інформаційних відомостей (наприклад, викладання у вигляді відео-, аудіо та текстових форматах, а також у форматі графічних і зображень);

- інтерактивні властивості, що означають можливість активного обміну інформацієї між користувачем відомостей та її шляхом надходження;

- ймовірно відмінну державну юрисдикцію представників інформаційних відносин, які здійснюються за допомогою технологій інтернету;

- простота змін, виправлення та знищення продуктів з інформацією, що розміщена на web – сайтах;

- важкість у питанні визначення часу публікації відомостей на web – сайтах чи її подальших змін та видалення. Ці моменти сприяють тому, що виникає потреба специфічного юридичного регулювання інформаційних відносин, що засновані на застосуванні веб-сайтів.

Головним наративом при виконанні такої гармонізації віртуального світу та світу закону має стати такий тезіс: те, що дозволяється он-лайн, має бути дозволено також в офф-лайн. Паралельно, що що карається поза сіткою, має бути покаране в самій сітці. Проте, впровадження та та захист прав суб'єктів відносин, які пов’язані із масовою інформацією, при застосуванні технологій інтернету все одно потребує додаткового регулювання з боку права.

За минулі роки в Європі постійно обговорювали тему ЗМІ та діджитал – технологій[58, с.19]. Один із перших нормативних документів згідно цієї теми – це Декларація про свободу комунікацій в Інтернеті . Цей документ привертає увагу тим, що його головне завдання – укріплення свободи вираження та безперешкодного оберту відомостей в інтернет – мережі. Документ цей заснований на 7 правилах, серед яких нас цікавлять, згідно з обраною темою, лише 5 правил.

**Задовільні принципи для інтернету**, суть: до змісту (контенту) в мережі не повинні використовуватися обмеження, що будуть більші за схожі обмеження по відношенню до іншого контенту.

**Відсутність попереднього нагляду з боку держави**, суть: органи влади у державі не повинні використовувати загальне блокування або обмежувальні фільтри для доступу суспільства до відомостей та спілкування в Інтернеті, незалежно від державних територіальних кордонів. Це правило не перешкоджає встановленню фільтрів для безпеки неповнолітніх, особливо у середніх навчальних закладах чи бібліотеках. Задля гарантування дотримання запорук, які передбачені у ч. 2 ст. 10 Конвенції про захист прав людини та основоположних свобод, можуть використовуватися план дій з примусового видалення безперечно розпізнаної інформації в мережі інтернету, чи, як альтернатива – доступ до неї може блокуватися у випадку, якщо уповноважені на це органи влади попереднє чи остаточне рішення стосовно її невідповідності до закону.

Знищення перешкод для участі особистостей в інформаційному світі. Країни мають сприяти та створювати стимули для доступу до інтернет відносин, а також інформаційних послуг, спираючись на недискримінаційну основу за помірною вартістю. Крім того, активні представники суспільства, наприклад, в результаті створення та підтримування власних web – сторінок, не повинні обтяжуватись оформленням ліцензій або іншими схожими вимогами. Встановленя обмежень щодо відповідальності постачальників сервісу за суть інформації в мережі інтернет. На тих, хто ці послуги постачає, не мають покладати загальні зобов’язяння виконання контролю за інформацією в Інтернеті, яку вони зберігають чи передають, а також зобов’язання в плані активного пошуку фактів чи умов, які виявили діяльність поза законом.

В процесі нормативного закріплення обов’язків постачальників послуг, що передбачені цим правилом, потрібно діяти досить обережно в плані свободи вираження поглядів індивідами, які перші публікують відомості в Інтернеті, а також враховувати відповідні права користувачівних інформаційних відомостей.

**Анонімність.** Задля забезпечення безпеки від інтерактивного стеження та сприянню вільному висловлюванню думок та ідей держави -члени будуть з повагою віноситися до бажання користувачів мережі інтернет не розголошувати свою особу [59]. Це не перешкоджатиме державам вживати заходи та співпрацювати задля пошуку та відстеження осіб, які винні у кримінальних справах, згідно із національним законодавством, Конвенцією про захист прав людини та основоположних свобод, а також інших міжнародних угод в галузі правосуддя та роботи поліції.

У власній Резолюції ПАРЄ «Індикатори стану засобів масової інформації в умовах демократії» пише, що друкованим засобам масової інформації та ЗМІ, що застосовують технології в інтернеті, не обов’язково мати державне ліцензіювання чи реєстрацію [17]. Також в іншій власній Резолюції стосовно медіаобізнанності у просторі діджитал - технологій ПАРЄ вказала на досить вагому тенденцію – «кордони між усіма типами медіа зникають, та різноманітні форми медіа стають дедалі ближчими як у змістовному, так й в технічному розумінні; новітні ЗМІ охоплюють всі галузі життя людини шляхом розповсюдження новітніх технологій. Більше того, суспільні групи, блоги в мережі та відеоігри – це також форми медіа».

Коли відбувся розвиток платформ web 2.0 –форумів, блогів, послуг з обміну документами та «віртуальних світів», то різниця між автором контенту та користувачем стирається. Відвідувачі віртуального світу самостійно можуть створювати велику частку матеріалів: виступи, відео на YouTube, галереї фотографій тощо [19, c. 141]. За цих умов ще більш претензійний висновок зазначено у вище згаданій Резолюції: « величезний доступ до IT- технологій надає кожній людині можливість передачі інформаційних відомостей у світовому масштабі, роблячи з неї потенційного “журналіста”, та створює потребу до медіаобізнанності не лише для засвоєння інформації, але ще й для формування та розповсюдження свого медіа-контенту” [21]. Такий висновок повністю відповідає ідеології та головному завданню розвитку інформаційного соціума, проте, абсолютно сьогодні не може бути врахований існуючими доктринами права в галузі ЗМІ. Парадигма діючих положень права в галузі ЗМІ у тому, що функціонуючі правові нормативи створені для регулювання роботи власне регулярних структур засобів масової інформації, теле – та радіо організацій, різноманітних редакцій та журналістів як індивідів, що виконують свої професійні дії. Резолюція прогнозує виникнення нового суб’єкта регуляторного законодавства в галузі засобів масової інформації – журналіста непрофесійного спрямування (фізична особа), яким, по суті, може бути будь – хто.

В Європі Інтернет- засоби масової інформації нерідко зараховують до тих, які саморегулюються. Можна виділити 2 види самостійного регулювання медійної глузі — добровільні та законодавчі (ті, що контролюються законом). Добровільне саморегулювання – це дотримання правил статутів й кодексів редакції. Законодавче регулювання виконується органами, які засновані національними медіа, для прикладу –«Office of communication» та Піклувальна рада на BBC (BBC Trust) у Великобританії. «Office of communication» являє собою незалежну організацію, яка контролює роботу телезійної вііндустрії, а Піклувальна рада являє собою редакційний орган, що несе відповідальність за доставку BBC сервісу та контролює напрями редакційної та творчої роботи.

Для чого ЗМІ мати саморегуляційні механізми? Відповідь на це міститься у виступі М. Харашті, який є представником ОБСЄ з питань незалежності ЗМК на протязі 6 років, починаючи із 2004року. За висловлюваннями захисника права, є 5 причин для розвитку самостійного регулювання. Перш за все це допомагає зберігати самостійність редакції, зводить до мінімума втручання з боку країни, збільшує якість, підтверджує відповідальність медіа за свою дії та робить спрощеним доступ користувачів до ЗМІ [19, с. 12].

Проте, правозахисник заперечує той факт, що засоби масової інформації в інтернеті можуть без проблем саморегулюватися. Він говорить, що цей механізм досить непростий, в першу чергу, через глобальність. Оскільки web-сайт може функціонувати на хостингу, що знаходиться неблизько до своїх користувачів [19, с. 41 ].

Окремий наголос слід зробити на питанні поширення спаму у сітці internet. Спам – це надсилання адресатам пошти без їхнього погодження, в першу чергу, реклами. Ці складнощі потребують методик до регулювання на міжнаціональному рівні, оскільки спам може розповсюджуватися якої завгодно країни без обмежень та нагляду. Внутрішні принципи, що з цього питання діють в сітці internet, малорезультативні.

Є до того ж "нетикет" – це правила етикету у мережі, норми поведінки в інтернеті, звичаї та культура інтернет-громади, яких більшість користувачів дотримується. Це поняття запропували у документі "Запит на коментарі та пропозиції". Взагалі під цим поняттям вчені мають на увазі низьку нормативних документів, які у своєму складі містять технічні характеристики, правила та стандарти, що широко застосовуються використовуються у Всесвітній павутині [20, с. 32].

Прилаштувати стандарти Європи національного регулювання роботи Інтернет-ЗМІ в нашій державі є можливість. Проте, таке твердження - в певній мірі умовне, бо у діючих законах України статус Інтернет-ЗМІ до сьогодні є невизначеним. В першу чергу, відсутній окремий нормативно-правовий акт, що визначав би статус, а також міг забезпечити умови та правила його роботи.

Діючі закони в царині регулювання роботи Інтернет-ЗМЗ має скоріше рекомендаційне спрямування, він ще має назву "м'яке право" (не має міжнаціональних законних обов'язків та закріплений у рекомендаційних актах). Враховуючи це, можна сказати, що ніяке електронне видання не понесе відповідальність за розповсюдження недостовірних відомостей, а його робітники не захищені у своїй професійній роботі.Проте в Євросоюзі прослідковуються кілька характерних рис, які сприяють гармонійному співіснуванню самостійного регулювання та національного регулювання роботи ЗМЗ у державах членах. Так, до них можна віднести : рекомендаційний характер директив Євросоюзу та резолюцій Європейського парламенту; використання "м'якого права"; обмеженість національно регулювання роботи ЗМЗ; регулювання використовується, більш всього до аудіовізуальних ЗМЗ;

 — невизначене положення соцмереж;

— відсутня юридична відповідальність зі сторони надавачів інтернету за порушення прав автору згідно з рішеннями Суду Євросоюзу;

— заохочення Інтернет-ЗМКЗ з позиції країни до самостійної регуляції та формування умов для розвитку медіа-ресурсів.

**3.2 Способи якісної взаємодії засобів масової комунікації і суспільства**

Здійснюючи потребу відвертання уваги, людина, як окремий суспільний елемент, може переглядати телевізійні програми чи отримувати якісь відомості з інших джерел, які не є предметом її інтересу, а лише сприяють ізолюванню від навколишнього світу. Задоволення потреб у розвагах та відвертання уваги допомагає зняттю емоційної напруги, подоланню психо -емоційного напруження, отриманню якогось психоемоційного «стимулювання» задля подальших активних дій за умови, коли задоволення цієї потреби не набуває статусу відповідної основної мети чи сенсу діяльності людини.

Слід відокремити коло реалізації відповідних завдань, до котрих належить необхідність у постійному інформаційному зв’язку та безперервному надходженні інформації з різних ЗМЗ:

- напрямок в суспільному середовищі, чи соціалізація в соціумі;

- розвиток загальних знань, що в певній мірі заміщує навчальний процес та отримання загальної освіти, у свою чергу, підводячи до зростання інтелекту людини загалом;

- розв’язання щоденних проблем на практиці;

- збільшення відповідного професійного ступеню.

Наступним кроком, за послідовністю аналізу, потрібно звернути увагу на потреби суспільства, щомають задовольнятися конкретними ЗМЗ у сучасному цивілізованому світі з розвиненою демократією. В умовах змін у суспільстві, побудова громадянського суспільства в сучасних механізмах творення держави, передбачається інтеграція певних суспільних елементів на засадах осмислення та захисту своїх інтересів у різнопланові соціальні суб’єкти громадської, політичної, економічної та соціальної роботи. Ними можуть виступати наступні соціальні суб’єкти: суспільно -демографічні та національно-етнічні групи населення, профспілки, партії, об’днання, рухи, спілки за інтересами, земляцтва тощо. У своїй взаємній роботі вони уособлюють основний прошарок різних інтересів певних категорій населення, з урахуванням котрих проходить їхня взаємодія між собою, із різними суспільними інститутами, країною та суспільством взагалі.

На зміну аналоговій ері приходить цифрова. А Україна полишає «радянські постулати» та стає демократичною державою. Ми вже сьогодні подолали непростий шлях руйнування старої системи, але до цих пір не побудували нову. В цьому велику роль відіграє інформаційна необізнаність [43, с.16].

З огляду на велику роль впливу, ЗМЗ, задовольняючи суспільні інтереси, мають активно та неупереджено надавати інформацію громадянам стосовно зазначених проблем. В той самий час ЗМЗ виконують освітню функцію, соціалізацію й інформування. Сучасні механізми творення держави на засадах демократії припускають присутність твердої та конструктивної опозиції, збільшення ролі думки громадян та ролі громадськості в їхньому впливі на певні суспільні явища та механізми, які відбуваються в соціумі. За відсутності доступу до ЗМЗ практично стає неможливим вплив опозиції на соціальні, економічні та політичні процеси та події у суспільстві. Головним фактором формування ЗМЗ та думки громадян, в певному розумінні, є робота масмедіа як одного із засобів ЗМЗ.

У нашому світі панують тотальні діджитал – процеси, тому досить легко загубитися в у світі інформації, сприйнявши маніпулятивні дії чи інший інформаційний непотріб за чисту правду. Світ медіа дуже жадібний до грошей, а увага користувачів —основна здобич медіа фахівців. Тому потрібно сприймати відомості свідомо, иіркувати на прочитаним матеріалом, прибрати із власного простору сумнівних осіб, неякісних ЗМЗ та навчитися опановувати емоційну сферу та не йти на провокації!

Поняття «fake news» увійшло до широкого вжитку після виборів президента в Америці, коли Д. Трамп вперше звинуватив журналістів США у «розповсюдженні фейків». В 2017 р., видавництво Collins назвало fake news поняттям року. Однак те, що з уст американського голови держави звучить часто як фан, насправді є дієвим інструментом інформаційної війни.

Фейк — це завідомо неправдива інформація, метою якої є викривлення певного факту, точки зору та штучне формування в аудиторії ставлення до того чи іншого явища або події. Фейки досить емоційні. Зазвичай вони побудовані на сюжетах, які працюють із базовими людськими цінностями й потребами — тим, що стосується кожного з нас.[23]

Найголовніше правило, аби не потрапити на гачок маніпуляторів: не піддавайтеся на емоції, які у вас намагаються викликати, критично ставтеся до інформації та аналізуйте промови й програми кандидатів. Бо від того, наскільки усвідомленим буде ваш вибір, залежить, у якій країні ви будете жити наступні п’ять років.

Декілька порад як зберегти «холодну» голову в інформаційному безладі.

**Свідомо окреслюйте свій інформаційний простір**: «На якій я «цифровій дієті»? – перше питання для усвідомлення вашого стану в інформаційно-комунікаційному просторі. Проаналізуйте з якою кількістю передач та інформації ви взаємодієте щоденно.

Запитайте себе, чи дійсно ви хочете витрачати багато часу на споживання інформації. Чи є цей вибір свідомим? Чи довіряєте ви тому, що бачите? Проаналізуйте як ця інформація на вас впливає, чи була вона корисною.

 **Боріться з цифровою залежністю: вимкніть режим «робота**».

Принципи роботи сфери мас-медіа запозичені з індустрії азартних ігор. Бездумне прогортування стрічки та «клікання» в очікуванні новини – це залежність. Вона відволікає нас від цілеспрямованої діяльності та реального життя.

  **Зменшіть час свого перебування в цифровому світі**. Наприклад, вимкніть функцію “Наступне” на YouTube, підійдіть відповідально до вибору наступного ролика.

**Опануйте свої емоції та думки.** Використовуйте правило: «Щоб приборкати почуття - назвіть його». Якщо ви зауважили, що вас переповнюють сильні відчуття гніву, відчаю, паніки, особливо у поєднанні з бажанням діяти, зробіть паузу і проаналізуйте, хто виграє від ваших негативних реакцій. Використання занадто емоційних текстів, мови чи графічних зображень часто є сигналом того, що вами намагаються покерувати.

Зробіть глибокий вдих, чітко назвіть для себе емоцію, яку ви відчуваєте. Вирішіть, чи це достатньо важлива інформація. Якщо це так, то варто перевірити її у інших джерелах, щоб отримати повну картину ситуації.[60]

**Аналізуйте власні упередження** «Не треба мені казати те, що я хочу почути». Новини та інформація, що підтверджують наші власні вподобання, і допомагають нам відчувати себе розумними – дуже привабливі. Подача матеріалу у вашій стрічці буде більш односторонньою, щоб ви переглядали новини, які вам подобаються. Але незабаром ви застрягнете в інформаційній бульбашці, яка лише констатує те, що ви хочете чути, але не “допускає” до вас інший погляд.

**Дотримуйтеся мінімальної інформаційної гігієни.** Гігієна — це чистота тіла. Інформаційна гігієна — чистота свідомості. Ви не любите брати в руки брудні речі, правда? Так само намагайтеся вберегти себе від непотрібної інформації. Намагайтеся не читати реклами в громадському транспорті. Обмежте інтернет-серфінг, який іноді для нас — просто спосіб відволіктися на хвилину від роботи чи пошуку потрібного. Вимикайте звук на телевізорі, коли йде реклама. Ці прості звички звільнять ваш мозок від величезного масиву даних, які йому точно не потрібні.[61]

**Читайте не лише новини, а й аналітику.** Новини дають вам відірвані від контексту факти й події; аналітика їх пов’язує в причино-наслідкові звязки й показує їх у динаміці. Але будьте обережні: дозволяючи іншій людині (журналісту, експерту) упорядкувати для вас факти в систему, ви ризикуєте потрапити під її інформаційний вплив. Ця людина може за вас вирішити, як вам сприймати ті чи інші речі.

**Робіть перевірку інформації з різних джерел.** «Спочатку робіть перевірку, та лише потім довіряйте». Навіть коли вам вдасться уникнути маніпулятивної інформації, робіть спроби її урізноманітнювати. Це захистить вас від неправди та хибної інформації. Пропагандування та дезінформація майже завжди добре обмірковані та проплачені.

**Висновок до розділу 3**

Отже, попри те, що більшість норм державних законів, які регулюють роботу традиційних ЗМЗ, може бути використана також для розміщення масових відомостей на web-сайтах в інтернеті, потрібно виконати складну та кропітну роботу по внесенню змін на рівні законодавства для забезпечення врахування специфіки у правовому регулюванні, викликаних особливостями роботи web -сайтів, ІT-технологій та сітки Інтернет, а також для гармонічного поєднання із законами Європи у цій частині інформаційної галузі.

Робота ЗМЗ може та має сприяти налагодженню конструктивної розмови між різними політичними силами у сучасному світі, що може допомогти, у свою чергу, знизити конфронтацію та активізацію інтеграційних механізмів. Коли зазначені завдання здійснюються вроботі ЗМЗ, то вони, у свою чергу, виконують досить важливу соціальну роль – роль інтеграції. В наш час ЗМЗ знаходяться у середовищі конкретного комунікативного простору та, здебільшого, зумовлені особливостями цього простору. Відтворюючи конкретну картину, положення, вони є не тільки фактором виробництва, розповсюдження та обміну інформацією, а й конкретним видом організації інформаційно-комунікативних механізмів. У свою чергою, вони спрямовують відповідний характер та напрямки суспільних та політичних механізмів як один із головних факторів державотворення.

В наш час дуже не чіткі межі між авторами та споживачами інформації. Те, що ми дивимося, «розповсюджуємо» та ставимо лайк може впливати на реакцію інших людей на події, ставлення до меншин, голосування чи вирішення конфлікт. Завдяки природній потребі людей сприйматися іншими людьми та відповідати стандартам, ми віддаємо перевагу та довіряємо відомостям, які отримуємо від наших знайомих.

Кожному з нас треба зрозуміти відповідальність за те, яку інформацію ми споживаємо, та яке місце ми посідаємо в тому, що споживає наше оточення. Не слід поширювати інформацію, до якої ви не знайшли підтвердження. Заохочуйте всіх інших діяти за цим же принципом.

**Висновок**

Не виникає сумнівів, що наш світ за своїм змістом вже став інформаційним, тобто таким, в якому інформація - це основний чинник соціалізації особистості, єдина ланка між особою та владою. ЗМІ в якості підструктури комунікативних відносин у суспільстві, в межах котрої створюються та запроваджуються процеси ухвалення та затвердження ідей та цінностей закона, набувають статус важливого фактора становлення інформаційного суспільства. Саме тому стає актуальною двобічна тенденція: з одного погляду, сьогодні у суспільстві можна спостерігати за встановленням комунікацій як одних із головних джерел надходження інформації; з другого боку – збільшується потреба правового регулювання безпосередньо комунікативних відносин.

У суспільному розумінні вказане базується на балансі незалежного доступу до інформаційних відомостей та регулятивної функції країни як модератора та гаранта виконання кожним суб’єктом структури інформаційних зв’язків «конкретних правил гри». Сьогодні робота ЗМІ має являти собою чітко розроблену програму правил та установок, які за своїм змістом мають запобігти формуванню та розповсюдженню криз у суспільстві, фейків та маніпуляцій, вони мають бути специфічним провідником інформації, ідей та цінностей прогресу соціуму у демократичному плані, а також соціальним інформатором у випадку, коли вони порушуються.

Першочергове завдання національної інформаційної стратегії у розрізі збільшення впливу ЗМІ на побудову свідомості нації, я вважаю, має бути покращення законів та нормативно-правового підгрунття, які регулюють відносини в інформаційній галузі, створення та затвердження Інформаційного Кодексу України. Україна за допомогою системи конкретних нормативно-правових терезів зможе забезпечити протидію інформаційним впливам ззовні, звести до мінімуму зросійщення та американізацію інформаційного простору України; забезпечити захист заради інтересів держави духовне, культурне, моральне та психологічне здоров’я української нації. Створення робочої системи контролювання за дотриманням закордонними ЗМІ мовних та інформаційних законів української держави буде сприяти забезпеченню інформаційного захисту країни.

Доречно виконати перереєстрацію існуючих ЗМІ, які працюють у суспільстві, заборонити діяльність тих, які дотримуються антиукраїнської політики та розхитують духовність населення України та підривають безпеку України, сприяють посиленню міжнаціональної ворожнечі. Державні структури мають посилити нагляд за дотриманням засад діючого законодавства стосовно мовного режиму засобім МІ та квоти державного продукту на TV. Суспільство демократичного плану змушене балансувати між 2 крайнощами: з першого погляду, без свободи слова не існує демократія, з іншого погляду виникає загроза застосування свободи слова для маніпулювання свідомостю людей.

Щоб бути непохитними перед маніпулятивними діями та дезінформацією, що досить вміло використовують ЗМК та поширюються у соцмережах, інших каналів з комунікацій, особистість має вірно відфільтровувати інформацію, мислити критично, досліджувати, зосереджуватись на джерелах її надходження, на тому, хто є хазяїном медіа, «бо під час зростання розуміння маніпуляцій ні дії зменшуються»

ТV, радіо, друковані джерела інформації, інтернет та реклама – це головні шляхи надходження інформації, які утворюють внутрішній світ молоді. Коли сто років тому внутрішній світ молоді формувався на грунті власного спілкування, професійних дій, подорожей, то в наш час не потрібно виходити за межі свого будинку для спілкування чи задля того, щоб почути новини з іншої країни.

ЗМК мають досить великий вплив на свідомість молодих людей, у багатьох аспектах формують їхню позицію у житті, світогляд та відверто недооцінюють зацікавленість молодого покоління до пізнавальних та життєво потрібних для їхньої соціалізації інформаційних відомостей. Як бачимо, можна говорити про нехтування головними інформаційними потребами молодого покоління та розвитку у нього деструктивних інтересів, проте це тематика майбутнього аналізу.

Сьогодні специфіка міжнародної медіа-спільноти - це розвиток технологій зв’зку, глобалізація (глобалізаційна інформація), переважання цифрової мови, функції стратегічного зв’язку соцмережами та різке зростання аудиторії, трансформації в IT - культурі на користь плюралізму у ЗМІ.

Сучасні параметри міжнаціонального інформаційного простору вплинули також на ту позицію, яку ЗМК застосовують у міжнаціональній політиці, тобто вплинули на створення громадської думки у світі, на визначення рівня важливості всесвітніх проблем людства, на формування позитивної репутації країни та міждержавних союзів, на маніпуляцію свідомістю людей та формування порядку денного міжнаціонального політичного зв’язку та дипломатії.

**Список використаної літератури**

1. Квіт Сергій. Масові комунікації. – Друге видання, виправлене і доповнене. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. – 352с.

2. Поняття, концепції діяльності та функції засобів масової комунікації. URL : <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/14917/> (дата звернення 15.10.2021)

3. Житарюк М. Г. Теорії та моделі масової інформації (масова комунікація). Львів, 2015. 220с.

4. Коваль А. Ш. Психологічні аспекти впливу засобів масової комунікації на свідомість громадян: безпека та збиток. Наука і освіта : наук.-практ. журнал. Серія: психологія. Одеса, 2015. №11–12. С. 56–60.

5. Пахнін М. Л. Сутність, форми та функції засобів масової комунікації в сучасних умовах // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. пр. - Харків: ХНАДУ, 2016. - №3 (14), т. 2. - С. 83-88.

6. Горовий В. Бібліотека в інформаційному суспільстві: веб-сайт. URL: <http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3025:biblioteka-v-informatsijnomu-suspilstvi&catid=81&Itemid=415> (дата звернення 10.10.2021)

7. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260с.

8. Закон України «Про доступ до публічної інформації» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення 20.11.2021)

9. Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» (набрав чинності 15 травня 2014 р)

 10. За рік знизилась довіра українців до телеканалів та інтернет-ЗМІ, дослідження Internews : веб-сайт. URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/ mediaprosvita/research/za\_rik\_znizilas\_dovira\_ukraintsiv\_do\_telekanaliv\_ta\_internetzmi\_doslidzhennya\_internews/](http://osvita.mediasapiens.ua/%20mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintsiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/) (дата звернення 10.10.2021)

11. Панич О. Журналістика і пропаганда. Про різновиди журналістики, різновиди пропаганди і чистоту лав журналістської спільноти . Детектор медіа. 28 березня 2018. URL: <https://detector.media/community/article/136078/2018-03-28-zhurnalistyka-i-propaganda/> (дата звернення 10.10.2021)

12 . Полянський І. Проблеми інтернет-цивілізації або роздуми про насильство і порнографію в мережі. URL: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/erotyka-ta-pornografia/problemy-internet-tsyvilizatsiyi-abo-rozdumy-pro-nasylstvo-i-pornohrafiyu-v-merezhi.html> (дата звернення 10.10.2021)

13. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості: веб-сайт. URL: [http://academy.gov.ua/ej/ ej6/txts/07kvvunc.htm](http://academy.gov.ua/ej/%20ej6/txts/07kvvunc.htm) (дата звернення 10.10.2021)

14. Колачник Р. , Вплив засобів масової інформації на формування громадської думки: URL: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstrea m/316497/34998/1/383.pdf](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstrea%20m/316497/34998/1/383.pdf) (дата звернення 10.11.2021)

15. Гнасевич Н. В., Сороківський М. Проблема зміни цінностей у глобалізованому суспільстві : Вітакультурний млин. Методологічний альманах. 2014. Модуль 16. С. 40-46.

16. Терлибовка А.М. Роль засобів масової інформації в маніпулюванні громадською думкою: URL: [http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/1 1367/Pysarenko%20L%20M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/1%201367/Pysarenko%20L%20M.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення 10.10.2021)

17. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 груд. 2016 р. «Про Доктрину інформаційної безпеки України»: Указ Президента України від 25 лют. 2017 р. № 47/2017. URL: https://www.president.gov.ua/ documents/472017-21374.

18. Нашинець-Наумова А. Ю. Інформаційна безпека: питання правового регулювання: монографія. Київ: Гельветика, 2017. 168 с.

19. Haraszti М. The Media Self-Regulation Guidebook / Ed. By A. Hulin and J. Smith; Vienna: OSCE Representative on Freedom of the Media, 2008 — 100 p.

20. The Online Media Self-Regulation Guidebook / Ed. By A. Hulin and M. Stone; Vienna: OSCE Representative on Freedom of the Media, 2013 — 110 p.

21. Панченко О.А. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА В КОНТЕКСТІ ВИКЛИКІВ І ЗАГРОЗ НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ. URL: <https://www.rdc.org.ua/download/stati/inf-security.pdf> (дата звернення 15.10.2021)

22. Смирнова М. Створення стереотипів засобами масової інформації в добу інформаційного суспільства. М. Смирнова. Теле та радіожурналістика. - 2016. - Вип. 15. - С. 63-67.

23. Т.Кавуненко**.** Фейки, джинса, маніпуляції: як не потрапити під вплив? URL: <https://agentyzmin.org.ua/news/feyky-dzhynsa-manipuliatsii-iak-ne-potrapyty-pid-vplyv/> (дата звернення 15.10.2021)

24. Види та основні функції масової комунікації : URL: [https://studfile.net/preview/5118756/page:4/](https://studfile.net/preview/5118756/page%3A4/) (дата звернення 15.10.2021)

25. Р. Гула . ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО В ПРОЦЕСАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ : URL: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/255 04/1/30.PDF](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/255%2004/1/30.PDF) (дата звернення 15.10.2021)

26. В. Горовий, заст. гендиректора НБУВ. Національні інформаційні ресурси в контексті посилення глобальних інформаційних впливів . URL: <http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1067:natsionalni-informatsijni-resursi-v-konteksti-posilennya-globalnikh-informatsijnikh-vpliviv&catid=127> (дата звернення 15.10.2021)

27. Тенденції впливу глобального інформаційного середовища на соціокультурну сферу України. *Аналітична доповідь* . URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/naukovidopovidi/3.pdf> (дата звернення 15.10.2021)

28. Терехова Т.А. Правове регулювання використання Інтернету як засобу поширення масової інформації в Європейському Союзі . Науковий вісник Ужгородського національного університету, Серія Право. — Вип. 31, Т. 3. — С. 131—135, 2015

29. Рябічев В.Л. Сучасний стан розвитку мережевих ЗМІ: європейський досвід та українська практика. В.Л. Рябічев, Ю.М. Нестеряк, Н.О. Іллюк . Інформаційне суспільство. — 2013. — Вип. 17. — С. 5—9.

30. Кострубіцька А. В. Особливості державного регулювання діяльності інтернет-засобів масової комунікації у європейському союзі . А. В. Кострубіцька .Інвестиції: практика та досвід. -2016 -. №16 – С. 75-79.

31. Погоріла Л. П. Недержавні засоби масової інформації як інститут громадянського суспільства (теоретико-правовий аспект): авто- реф. дис.... на здобуття наук ступеня канд. юрид. наук спец.: 12.00.01 «теорія та історія держави і права ; історія політичних і правових учень» / Л. П. Погоріла ; Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова. - Київ, 2015. - 20 с.

32. Дворецька Г. В. Соціологія : навчальний посібник / Г. В. Дворецька ; ДВНЗ «Київський національний економічний університет В. Гетьмана». - Вид. 3-те, переробл. і доповн. - К.: КНЕУ, 2013. - 428 с.

33. Дємідова А.А., Ярова А.Б. Засоби масової інформації як “четверта неформальна гілка публічної влади” :А.А. Дємідова, А.Б. Ярова : Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції “Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки” (30 жовтня 2017 р.). – Полтава: РВВ ПДАА, 2017. – С. 33-34.

34. Методи маніпулятивного впливу ЗМІ. URL: <https://shag.com.ua/metodi-manipulyativnogo-vplivu-zmi.html> (дата звернення 15.10.2021)

35. Психологічні ефекти мас-медіа. Реферат. URL: <https://ua-referat.com/uploaded/tema-11-psihologichni-efekti-masmedia/index1.html> (дата звернення 15.10.2021)

36. Хорошко. В. О., Хохлачова Ю. Є. Інформаційна війна. Змі як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1 . Організаційно-правові питання безпеки інформації : [Том 22 № 3 (2016)](https://jrnl.nau.edu.ua/index.php/Infosecurity/issue/view/569) . URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/36636/1/11104-29061-1-PB.pdf> (дата звернення 15.10.2021)

37. Руденко А.Ф. Соціальні мережі як ефективний засіб громадської самоорганізації в сучасній Україні. Анотація. 2018 р. 17 с.

38. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства :[монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І . Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського . – К ., 2014 . – 260 с.

39. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив . [Стаття] . URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\_content&v iew=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&v%20iew=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460) (дата звернення 15.10.2021)

40. Ковальова Л. С. Вплив засобів масової інформації на формування життєвих цінностей підлітків . URL: <https://vseosvita.ua/library/vpliv-zasobiv-masovoi-informacii-na-formuvanna-zittevih-cinnostej-pidlitkiv-vipuskna-tvorca-robota-127625.html> (дата звернення 07.11.2021)

41.Маніпуляції в ЗМІ - Основи медіаграмотності (теорія). [Стаття]. URL: <http://zps19.at.ua/publ/mediateksti_vid_ekspertiv/manipuljaciji_v_zmi_osnovi_mediagramotnosti_teorija/15-1-0-194> (дата звернення 07.11.2021)

42. Лагодинська Н. Загрози віртуальності . [Стаття]. Зеркало неділі .
[Bип. № 5, 2014р](https://zn.ua/gazeta/issue/954) . URL: <https://zn.ua/ukr/SOCIUM/zagrozi-virtualnosti-_.html> (дата звернення 12.11.2021)

43. Мороз О. Як не стати овочем. Інструкцій з виживання в інфопросторі/ Оксана Мороз. — X.: Віват, 2021. — 256 с.

44. Негативний вплив засобів масової інформації на людину URL: <http://teacherjournal.in.ua/blog/articles/4748/---1.pdf> (дата звернення 12.11.2021)

45. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / [О. Т. Баришполець, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубєва, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська] ; за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. - К. : Міленіум, 2014. - 348 с.

46. Комунікативні дії в процесі діяльності прес-служби — [Журналистика](https://stud-baza.ru/jurnalistika). URL: <https://stud-baza.ru/komunkativn-d-v-protses-dyalnost-pres-slujbi-diplomnaya-rabota-jurnalistika> (дата звернення 12.11.2021).

47. Сенченко М. Незалежність України і ЗМІ. URL: <http://personal.in.ua/article.php?ida=124> (дата звернення 12.11.2021).

48. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації.  — Київ: ТОВ “Софія-А”, 2016. — 184 с.

49. Я Жарков, Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність). К.: ПАТ Віпол, 2013, 248 с.

50. Поліщук І. О. Вплив змі на свідомість дітей в окупованих районах донецької та луганської областей . URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/7309-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-14673-1-10-20190806.pdf](file:///C%3A/Users/User/Downloads/7309-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-14673-1-10-20190806.pdf) (дата звернення 12.11.2021).

51. Кондратенко Л. Дитина у віртуальному світі: комп’ютер і телебачення – користь та небезпека. – Психолог довкілля. – 2012. – № 5. – с. 4-7.

52. Лаврик О. С. Телебачення і здоров’я дошкільнят: аналіз проблеми. – Дошкільний навчальний заклад. – 2013. – № 2. – с. 8-11.

53. Боднар І. Р. Інформаційна безпека як основа національної безпеки URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/141443493.pdf> (дата звернення 17.11.2021).

54. Боднар, І. Р. Сучасні реалії інформаційного суспільства: проблеми становлення та перспективи розвитку: монографія [Текст] / І. Р. Боднар. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – 320 с.

55. Корчак Я. ФОРМУВАННЯ ДУХОВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ – ОСНОВА ВІДРОДЖЕННЯ НАШОЇ ДЕРЖАВИ . URL: <http://www.korekta-vvk.com/chytalnia/avtory/kaloshyn/form-duh-osob> (дата звернення 17.11.2021).

56. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник/ Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.

57. Які міжнародні стандарти регулюють поширення інформації у мережі Інтернет URL: <https://www.ppl.org.ua/bibliotech/mizhnarodni-ta-nacionalni-standarti-svobodi-slova-v-interneti> (дата звернення 17.11.2021).

58. Васьків М.С. формування принципів журналістської діяльності – базова вимога до фахової освіти . *Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку* : зб. матеріалів доп. учасн. ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. Буча : УГІ, 2019. С.18-20.

59. Баранов О. А. Правове регулювання змі, що використовують інтернет-технології . URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/12boavit.pdf> (дата звернення 17.11.2021).

60. Медіаграмотність та критичне мислення – щоденний захист від цифрової дезінформації. URL: <http://58.sadok.zt.ua/mediagramotnist-ta-krytychne-myslennya-shhodennyj-zahyst-vid-czyfrovoyi-dezinformacziyi/> (дата звернення 17.11.2021).

61. Як уберегтися від маніпуляцій? URL: <http://mediadriver.online/manipuliatsiyi_ta_propahanda/spisok-korisnoyi-literaturi/> (дата звернення 17.11.2021).