

впливу на збройні сили противника, а перш за все на емоції і поведінку суспільств, урядів інших країн, організацій або людей, відповідальних за прийняття ключових рішень. У сучасному світі PSYOP більше не є просто засобом ослаблення противника при прямому протистоянні, а є своєрідним розширенням інструментів зовнішньої політики.

## **ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ КУРСАНТІВ**

*В.В. Лук'яненко*

*В.Д. Кислий, кандидат психологічних наук, доцент*

*Харківський національний університет Повітряних Сил ім. І. Кожедуба*

Призначення всіх засобів масової інформації (ЗМІ) – задоволення інформаційних потреб людини, суспільства, держави. Відповідно до законодавства України система вітчизняних ЗМІ у структурному плані представлена кількома групами мас-медіа, а саме: друковані, аудіовізуальні ЗМІ, інформаційні служби, різного роду «периферичні утворення» журналістики. До друкованих ЗМІ належать періодичні друковані видання (преса) – газети, журнали, бюлетені й разові видання з визначеним тиражем тощо; до аудіовізуальних – радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо. Інформаційні служби представляють телеграфні агентства, агентства преси, рекламні бюро і компанії, прес-служби при державних, комерційних, громадських, конфесійних організаціях, агентства паблік рилейшнз, професійні журналістські клуби й асоціації.

ЗМІ на сьогодні є універсальним інститутом соціалізації, який шляхом акумулювання, тиражування та передачі широкій аудиторії соціально значущої інформації, забезпечує комунікацію у соціумі, впливає на масову свідомість і поведінку, безпосередньо і опосередковано бере участь у процесі формування системи цінностей. Водночас слід зазначити, що багатоаспектне проникнення ЗМІ в життя суспільства може відігравати як об'єднуючу роль і сприяти консолідації суспільства, так і дезінтеграційну, таку що роз'єднує, упроваджуючи в суспільну свідомість негативні стереотипи, що, на думку Г.Блумера, особливо є відчутним в кризові періоди історичного розвитку суспільства, коли люди у стані соціальної невизначеності особливо підпадають під вплив, легко відкликаються на різні нові стимули, ідеї, а також більше піддаються пропаганді й різним маніпулюванням.

ЗМІ не обмежені ні політичними, ні географічними, ні релігійними кордонами, будь яка людина стає співучасником подій, навіть тих, які здійснюються без неї. Вони несуть інформацію, розширюють кругозір, привертають увагу до обговорення різних проблем, створюють фон нашого життя, роблячи його багатшим і різноманітнішим, змінюють наші звички і загалом формують суспільну свідомість. Реалії сьогодення такі, що молодь

вже не можемо уявити собі відпочинок без засобів медіа та комунікаційних технологій.

Проблеми пов'язані з формуванням духовності засобами масової інформації досліджувалися в працях багатьох українських науковців. Так, А.Макаренко звертав увагу на необхідність розумних обмежень у сфері користування досягненнями кіно, галицькі педагоги В.Жуковецька, І.Карай, М.Пушкар, Я.Чума (30-ті рр. ХХ ст.) в основному наголошували на моральному аспекті проблеми (яким чином ЗМІ впливають на моральну сферу особистості), та вбачали розв'язання проблеми негативного впливу у зміцненні духовної сфери особистості; у 50 – 80 рр. ХХ ст. науковці (І.Дрига, М.Духовна, В.Єгоров, Г.Рак, Л.Чашко та ін.) досліджували роль ЗМІ в період ідеологізації навчання (виховний вплив матеріалів мав однозначне спрямування: усі вони чітко відповідали ідеології комуністичної партії й не допускали інакодумства у виховному сенсі, але одночасно й протидіяли пропаганді аморальних способів поведінки). За останній час було проведено безліч досліджень в абсолютно різних сферах (друк, радіо, телебачення, реклама, Інтернет) з питання їх впливу на психічний стан людей. Дослідження сучасних українських науковців (О.Невмержицька, Л.Чорна, О.Ануфрієва, В.Ролінський та інші) доводять, що ЗМІ спрямовують аудиторію на стереотипне сприймання світу. Вони пропагують егоцентризм, насилля, агресію, «культ сили», легковажне ставлення до статевого стосунку тощо. При цьому відбувається змішування цінностей здебільшого американської та російської культур, що не може не впливати на процеси національного самовизначення української молоді. Загалом через сенсаційну подачу інформації, роз'яснення та переконання ЗМІ здійснюється масована подача ціннісних зразків сучасного способу життя, які не відповідають уявленням суспільства і не можуть бути беззаперечно прийнятими молоддю до власного ціннісного фонду.

Згідно з результатами дослідження О.Невмержицької у вільний час 80,5% молоді дивляться телевізор на шкоду таким видам діяльності, як читання книг (27,7%), читання періодики (22,3%), спілкування з друзями (60,9%). У виборі телепрограм для перегляду вони в основному орієнтуються на власну думку (70,3%), яка, зважаючи на недостатній життєвий досвід, не завжди є адекватною. Серед улюблених програм – розважальні та художні фільми. Ці жанри не вимагають особливого обдумування, є видовищними й призначені для проведення відпочинку. Програми, які могли б принести користь (освітні, навчальні, публіцистичні), нажаль популярністю не користуються.

О.Ануфрієва доводить, що текст молодіжного журналу у порівнянні з газетним оцінюється молоддю як більш конкретний, енергійний, ясний, цікавий, емоційний, простий, природний, неупереджений, різноманітний. Термінальні та інструментальні цінності, що представлені в молодіжній пресі, подані за допомогою таких мовних засобів, які доносять їх до аудиторії в більш виразному вигляді і підсилюють емоційний вплив друкованого матеріалу.

Українські реалії свідчать, що поряд з іншими засобами масової інформації телебачення міцно займає провідні позиції. Панують фільми таких жанрів, як бойовики, трилери, містика, специфічними атрибутами яких є сцени насильства, жорстокості, показ жахливого (часом патологічного) натуралізму. Більшість серіалів містять вмотивовані сцени відверто антисоціальної поведінки головних героїв та нав'язують молоді ідеологію культу грошей.

У дослідженні В.Ролінського, щодо вивчення проблеми впливу ЗМІ на формування агресивної поведінки у молоді, було встановлено, що український глядач на своєму телеекрані бачить сцени агресії в середньому кожні 12 хвилин, а в період з 19.00 до 23.00, коли біля екрану збирається найбільша аудиторія глядачів, цей умовний інтервал скорочується до 6 хвилин. Взагалі бійки у деяких фільмах та серіалах перериваються тільки сценами вживання алкоголю або сексу.

Безкінечна реклама теж вносить свої корективи у сприйманні молоддю навколишнього світу. Не маючи достатньої життєвої школи, молоді люди вважають, що найкращий суп можна зварити лише з бульйонного кубика, а найкращі друзі – ті, що п'ють разом горілку «Мягков», а без пива «Чернігівське» чи «Арсенал» неможна зробити жодної доброї справи.

На засвоєння цінностей з телевізійних текстів мають вплив і психологічні особливості сприймання екрана: 1) він задає певний темп, до якого споживач не завжди може пристосуватися; 2) інформацію глядач сприймає здебільшого в ролі пасивного спостерігача, що позначається на його розвитку та вихованні; 3) безумовно, у ситуаціях процесу адекватного сприймання інформації головну роль відіграє вже «готова позиція». Якщо її немає, то наслідки перегляду телепрограм можуть бути непередбачуваними та часто шкідливими.

Аналіз проведених соціально-психологічних досліджень дозволив з'ясувати, що найлегше впливу ЗМІ піддаються молоді люди, тому що вони щоденно знаходяться у полі дії величезного обсягу інформації. Спеціалісти у галузі вікової психології і фізіології відзначають, що здатність до свідомої регуляції поведінки у 17 – 19 років розвинута не в повній мірі. Нерідко юнаки виявляють немотивований ризик, невміння передбачити наслідки власних вчинків, нездатність приховати почуття і переживання. Вони плутають реальне життя з вигаданими фантазіями серіалів, а подекуди починають наслідувати поведінку негативних персонажів.

Найважливішим процесом юнацького віку є становлення світогляду особистості, відбувається структурування цінностей, вибудовування їх чіткої ієрархії, усвідомлення та засвоєння буттєвих цінностей, і не останнє місце в цьому процесі належить впливу ЗМІ. На жаль, інформація, яку отримує молодь не завжди сприяє утвердженню високих духовних цінностей або українських національних ідеалів.

Період юності, на який припадає курсантський вік, має специфічні закономірності й являє собою важливий етап у розвитку особистості. У цей період відбувається становлення фахівця, формування його світогляду, ідеалів,

переконань. Курсантські роки молодій людині слід розглядати не тільки як підготовку до майбутньої професійної діяльності, але й як першу сходинку до зрілості.

Громадськість повинна дбати, щоб цінності, які пропагують ЗМІ відповідали цілям розвитку суспільства. В.Карлова вважає, якщо в суспільстві ЗМІ є залежними від держави, контролюються певними фінансовими чи політичними групами, вони стають знаряддям маніпуляції суспільною свідомістю, провідниками певної ідеології і, що є найнебезпечнішим, - часто сприяють упровадженню чужих, не властивих суспільству духовно-моральних і політичних цінностей, що руйнує духовний фундамент його існування.

Крім того, ненормована та безконтрольна присутність в українському інформаційному просторі російських ЗМІ утворила нині потужний канал впливу на свідомість українських громадян. Стає дедалі очевиднішим, що він є інструментом просування на територію незалежної України інтересів сусідньої держави, використовується для забезпечення її ідеологічної та політичної присутності в нашій країні. Можливо для недопущення цього суспільству варто вдаватися й до певних обмежень, які можна трактувати і як моральну цензуру. Аналіз закордонного законодавства свідчить, що такі обмеження діють у більшості розвинених країн світу (наприклад, Австрії, Великобританії, Литві та інших). Але найбільш ефективно протидіяти негативним впливам ЗМІ здатна лише сама людина. Для цього у курсантів необхідно формувати стійку внутрішню позицію та критичність мислення.

## **ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ: МОДЕЛІ ВПЛИВУ ТА НАПРЯМКИ ПРОТИДІЇ**

*В.А. Кротюк, кандидат філософських наук, доцент*

*А.С. Каплунівська*

*Харківський національний університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба*

Безперервний розвиток техніки, комп'ютерних технологій сприяє поступовому збільшенню обсягів швидкості передачі і поширення інформації. Інформаційні технології застосовуються майже у всіх сферах життя суспільства, роблячи нас «рабами» інформації. Вона є глобальним ресурсом, використання якого дає можливість здійснювати керівництво практично усіма сферами життєдіяльності. Цей процес призводить до низки міжнародних проблем у сфері інформаційної безпеки та інформаційного протидіювання. Аналіз ведення локальних війн і збройних конфліктів останнього десятиліття виявив, що протидіювання у військовій сфері дедалі частіше переміщується у віртуальний простір – інформаційний. Інформаційна війна реалізує асиметричні рішення та передбачає проведення заходів, спрямованих проти систем управління, комп'ютерних та інформаційних мереж і систем.