

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет економіки та управління

Кафедра національної економіки та публічного управління

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Цифрове врядування

Галузь знань 28 Публічне управління та адміністрування

Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Форма навчання: заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «Вплив інтернет-медіа на масову свідомість: український та зарубіжний досвід»

здобувачки Березовської Валерії Валеріївни

Науковий керівник: *д.держ.упр., проф. Гаєвська Лариса Анатоліївна*

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною
комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: *д.держ.упр., проф. Карпенко О.В.*

Київ 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет економіки та управління

Кафедра національної економіки та публічного управління

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Цифрове врядування

Галузь знань 28 Публічне управління та адміністрування

Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант) освітньо-
професійної програми

_____ О.В. Карпенко

_____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ О.В. Карпенко

_____ 2024 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Березовській Валерії Валеріївні

заочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

**на тему «Вплив інтернет-медіа на масову свідомість: український та
зарубіжний досвід»**

Тему затверджено наказом ректора Університету «27» вересня 2024 р. № 1687-ст

**Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах наукових публікацій
та спеціалізованих видань, законів та інших нормативно-правових актів, статистичних
даних тощо**

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Соціальна обумовленість дослідження правового регулювання діяльності інтернет-медіа
Розділ 2	Вплив інтернет-медіа на формування свідомості громадян
Розділ 3	Удосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа в Україні
Об'єкт дослідження:	Діяльність інтернет-медіа
Предмет дослідження:	Український та зарубіжний досвід впливу інтернет-медіа на масову свідомість
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	Обґрунтування теоретичних засад та визначення напрямів удосконалення організаційного і правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість на основі вітчизняного і зарубіжного досвіду

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	– визначити сутність та проблеми впливу інтернет-медіа на формування свідомості громадян; – дослідити особливості правового регулювання інтернет-медіа в Україні та світі
У розділі 2	– визначити сутність та проблеми впливу інтернет-медіа на формування свідомості громадян; – виявити обмеження та особливості роботи медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України; – узагальнити та класифікувати причини посилення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян в Україні та світі;
У розділі 3	визначити базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян; запропонувати заходи з удосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа в Україні на масову свідомість;

Завдання підготував
науковий керівник

(підпис)

Гаєвська Л. А.

«_____» _____ 2024р.

Завдання одержав
здобувач

(підпис)

Березовська В. В.

«_____» _____ 2024р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 68 сторінок, список використаних джерел з 33 найменувань.

«Вплив інтернет-медіа на масову свідомість: український та зарубіжний досвід»

Об'єктом дослідження є діяльність інтернет-медіа.

Предметом дослідження є український та зарубіжний досвід впливу інтернет-медіа на масову свідомість

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад та визначення напрямів удосконалення організаційного і правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість на основі вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Відповідно до поставленої мети визначені такі *завдання*:

- визначити сутність та проблеми впливу інтернет-медіа на формування свідомості громадян;
- дослідити особливості правового регулювання інтернет-медіа в Україні та світі;
- виявити обмеження та особливості роботи медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України;
- узагальнити та класифікувати причини посилення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян в Україні та світі;
- визначити базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян;
- запропонувати заходи з удосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа в Україні на масову свідомість.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Теоретична значущість отриманих результатів полягає в тому, що вони дадуть змогу визначити базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян і можливість використання таких підходів під час реалізації державою інформаційної політики з метою протидії медіа-маніпуляціям.

Методична значущість полягає у можливості використання висновків, зроблених в результаті проведеного дослідження, на практиці з метою зниження рівня впливу інтернет-медіа на свідомість громадян та протидії медіа-маніпуляціям.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх застосування для впровадження інформаційно-просвітницьких кампаній на тему медіаграмотності населення, включення окремих положень до освітніх компонентів з медіа аналітики, надання рекомендацій ЗМІ щодо зменшення кількості випадків застосування маніпуляцій у їх матеріалах.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи – 2024. Рік захисту роботи – 2024.

Ключові слова:. інтернет-медіа, засоби масової інформації, формування свідомості громадян, маніпуляції, державна інформаційна політика.

ВІДГУК

про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету економіки та управління
освітньо-професійної програми «Цифрове врядування»

Березовської Валерії Валеріївни

на тему «**Вплив інтернет-медіа на масову свідомість: український та зарубіжний досвід**»

1. Актуальність теми. Щодня наш мозок опрацьовує чимало інформації, яку ми отримуємо з різноманітних джерел: інтернет, газети, телебачення, книги тощо. Подобається нам сучасна інформація, яку надають засоби масової інформації чи ні, вона є невід'ємною частиною ринкових процесів і сучасного життя в цілому. Питання впливу на громадську думку завжди було і залишається одним із найактуальніших у сфері суспільних наук. Донедавна Інтернет не міг розглядатися у якості загальнодоступного засобу масової інформації на кшталт традиційних радіо, телебачення чи друкованих ЗМІ. Проте, нині Інтернет-журналістика стала вагомим складовою інформаційної індустрії в Україні, а інтернет-медіа для українських користувачів – впливовим джерелом інформації. В умовах глобалізації та інформатизації, становлення України, формування розвинутого інформаційного суспільства, свободи інформаційної сфери неможливо залишити поза увагою питання стосовно впливу інтернет-медіа на масову свідомість. У цьому контексті тема магістерського дослідження В.В.Березовської є надзвичайно актуальною.

2. Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи. Дослідження характеризується високим рівнем наукової обґрунтованості та комплексним підходом до аналізу розглядуваної проблематики. Автор успішно вирішила низку важливих наукових завдань, зокрема, базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян. Крім того, у роботі В.В.Березовська розглянула соціальну обумовленість дослідження правового регулювання діяльності інтернет-медіа, виявила обмеження та особливості роботи медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України, узагальнила та класифікувала причини підвищення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян в Україні та у світі в цілому, а також визначила напрями вдосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа в Україні, зокрема це стосується базових підходів та інструментів протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян та ролі інформаційної політики держави як засобу протидії маніпуляціям та впливу медіа на свідомість громадян.

3. Наявність самостійних розробок автора. У дослідженні виявлено та класифіковано основні проблеми впливу інтернет-медіа на формування свідомості громадян, зокрема, підстави підвищення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян в Україні та у світі в цілому.

4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій. У теоретичних висновках дослідження виокремлено основні принципи

ефективного протистояння маніпулюванню, яких необхідно дотримуватись громадянам з метою протидії маніпулюванню свідомістю, а також висвітлено ключовий фактор у боротьбі з медіа-маніпуляціями, що має бути складовою прогресивної та дієвої інформаційної політики держави.

5. *Наявність недоліків.* Недоліком даного дослідження є недостатня база використаних джерел, проте цей аспект не знижує загальну наукову цінність проведеного дослідження.

6. *Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:* Кваліфікаційна магістерська робота Березовської Валерії Валеріївни виконана на достатньому рівні, результати дослідження дають відповідь на поставлені у вступі завдання, робота відповідає всім наявним вимогам та може бути допущена до захисту.

Науковий керівник:

професор кафедри національної економіки
та публічного управління, д.держ.упр., проф.

Л.А. Гаєвська

“ ____ ” _____ 20__ р.

Рецензія

на кваліфікаційну магістерську роботу здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана освітньо-професійної програми «Цифрове врядування» за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування» Березовської Валерії Валеріївни на тему «Вплив інтернет-медіа на масову свідомість: український та зарубіжний досвід»

Актуальність теми. Існування в сучасному інформаційному середовищі зумовлює безперешкодний доступ до інформаційних ресурсів, зокрема мережі Інтернет, який є не лише загальнодоступним способом спілкування та обміну інформацією, а також одним із найпопулярніших видів мас-медіа у світі. Як один з видів мас-медіа в Україні мережа Інтернет може бути джерелом поширення неправдивої інформації, що є важливою проблемою на сьогодні. Зазначене підкреслює важливість дослідження проблеми впливу інтернет-медіа на масову свідомість, зокрема і в контексті зарубіжного досвіду.

Якість проведеного дослідження. Структура, зміст роботи відповідають меті, об'єкту та предмету дослідження, дали змогу автору послідовно вирішити поставлені завдання, а також комплексно розкрити проблемні аспекти обраної теми.

Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи. У роботі розкрито соціальну обумовленість, актуальність, важливість, необхідність і стан дослідження та правового врегулювання діяльності інтернет-медіа в Україні; надана детальна характеристика найбільш небезпечних медіа-маніпуляцій взагалі та в контексті впливу на свідомість громадян зокрема; виявлені причини посилення впливу інтернет-медіа на масову свідомість у світі та в Україні, зокрема. Варто відмітити визначені автором принципи протистояння маніпулюванню, а також напрями вдосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість в Україні, зокрема приділено увагу державній інформаційній політиці як засобу протидії маніпуляціям та впливу медіа на свідомість громадян.

Зауваження. Доцільно було б детальніше проаналізувати підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян та визначити, які саме підходи зарубіжних країн можна адаптувати для України можна адаптувати для України.

Практична значимість висновків і рекомендацій. Представлене до розгляду дослідження та отримані автором результати дослідження можна запровадити в теорію і практику публічного управління. Обґрунтовані теоретичні засади та рекомендації можуть бути інформативним матеріалом для фахівців органів центральної влади України та органів місцевого самоврядування для використання в процесі побудови стратегії протидії негативному впливу інтернет-медіа на свідомість громадян.

Кваліфікаційна магістерська робота відповідає сучасним вимогам, рекомендується для публічного захисту та отримання позитивної оцінки, здобувач вищої освіти заслуговує присвоєння кваліфікації магістра з публічного управління та адміністрування.

Заступник начальника управління –
начальник 1 відділу 2 управління
Департаменту кадрової роботи та управління
персоналом Адміністрації Держспецзв'язку,
доктор філософії з публічного управління та
адміністрування



Леонід АРСЕНОВИЧ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНА ОБУМОВЛЕНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА.....	6
1.1 Правове регулювання діяльності інтернет-медіа в Україні: визначення нормативно-правового статусу.....	6
1.2 Обмеження та особливості роботи медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України.....	15
1.3 Особливості правового регулювання інтернет-медіа: зарубіжний досвід.....	18
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ ГРОМАДЯН	25
2.1 Сутність та проблеми впливу інтернет-медіа на формування свідомості громадян.....	25
2.2 Інтернет-медіа та їх вплив на дітей: позитивні та негативні тенденції.....	29
2.3 Узагальнення та класифікація причин підвищення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян в Україні та у світі в цілому.....	35
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ТА ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОТИДІЇ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА В УКРАЇНІ.....	41
3.1 Базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян.....	41
3.2 Інформаційна політика держави як засіб протидії маніпуляціям та впливу медіа на свідомість громадян.....	45
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65

ВСТУП

Актуальність теми. Ще не так давно інтернет не міг розглядатися як загальнодоступний засіб спілкування, а отже, і не було нагальної потреби у правовому регулюванні цієї сфери. Однак, із приходом до мережі великої кількості користувачів, інтернет виявився зоною, виведеною з-під дії законодавчих норм. Основне призначення мережі – передавання даних – зробило її ідеальним інструментом для неконтрольованого авторами поширення інтелектуальних продуктів. Розвиток комп'ютерних технологій спричинив переосмислення основних принципів функціонування традиційних ЗМІ та виникнення нових видів засобів масової інформації – інтернет-видань.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що вона дозволить визначити проблеми, що існують в Україні у сфері діяльності інтернет-медіа, та дасть змогу встановити позитивні та негативні тенденції та віднайти можливі шляхи зменшення впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян.

Громадянське суспільство є сферою медіації між особою, громадськістю та державою, тому в першу чергу визначається наявністю механізмів, каналів їх ефективної взаємодії. Виходячи з цього, засоби масової інформації є одним з важливих інститутів громадянського суспільства, який репрезентує суспільну думку та впливає на її формування. Це засвідчує незаперечну актуальність даної проблеми. Більш того, виняткова актуальність даної тематики визначається її важливістю для вироблення стратегії державотворчих і правотворчих процесів в Україні, що зумовлюють необхідність пошуку ефективних шляхів взаємодії та співпраці ЗМІ з іншими інститутами громадянського суспільства, політичними структурами, органами державної влади і місцевого самоврядування, впливу на формування індивідуальної правової позиції громадянина.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В даній роботі проведено аналіз досліджень та публікацій ряду авторів, які висвічували тему впливу засобів масової інформації, на масову свідомість, зокрема, К. Афанасьєвої, А.

Правдиченка,

А. Рассохіної, О. Гриценка, В. Кравчука та інших.

Однак, не заважаючи на значну кількість наукових публікацій, недостатньо дослідженими залишились питання впливу інтернет-медіа на масову свідомість, відповідного зарубіжного досвіду та вдосконалення державної інформаційної політики в контексті протидії маніпуляціям та впливу медіа на свідомість громадян.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад та визначення напрямів удосконалення організаційного і правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість на основі вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Відповідно до мети були визначені *завдання*:

- визначити сутність та проблеми впливу інтернет-медіа на формування свідомості громадян;
- дослідити особливості правового регулювання інтернет-медіа в Україні та світі;
- виявити обмеження та особливості роботи медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України;
- узагальнити та класифікувати причини посилення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян в Україні та світі;
- визначити базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян;
- запропонувати заходи з удосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа в Україні на масову свідомість.

Об'єкт дослідження є діяльність інтернет-медіа.

Предмет дослідження український та зарубіжний досвід впливу інтернет-медіа на масову свідомість.

Методи дослідження. В даній роботі використовуються такі методи дослідження як: порівняння, узагальнення, аналіз та синтез та інші методи.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що вони дадуть змогу визначити базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян і можливість використання таких підходів під час реалізації державою інформаційної політики з метою протидії медіа-маніпуляціям.

Методична значущість полягає у можливості використання висновків, зроблених в результаті проведеного дослідження, на практиці з метою зниження рівня впливу інтернет-медіа на свідомість громадян та протидії медіа-маніпуляціям.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у можливості їх застосування для впровадження інформаційно-просвітницьких кампаній на тему медіаграмотності населення, включення окремих положень до освітніх компонентів з медіа аналітики, надання рекомендацій ЗМІ щодо зменшення кількості випадків застосування маніпуляцій у їх матеріалах.

Інформаційна база дослідження в даній роботі представлена науковими посібниками, науковими публікаціями та спеціалізованими виданнями, законами та нормативно-правовими актами всіх типів, статистичними матеріалами, тощо.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження представлені автором на науково-практичній конференції «Державна політика та управління стратегічними комунікаціями в кризових умовах» на тему «Вплив інтернет-медіа на масову свідомість: український та зарубіжний досвід», Збірник тез III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ – Вроцлав, жовтень 2024 року).

Структура роботи обумовлена авторським поглядом на розумінням проблеми, об'єкту та предмету дослідження. Вона складається зі вступу, трьох розділів, що містять підрозділів, висновків, списку використаних джерел. Бібліографічний список містить 33 джерела. Загальний обсяг роботи становить 68 сторінок.

РОЗДІЛ І

СОЦІАЛЬНА ОБУМОВЛЕНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

1.1 Правове регулювання діяльності інтернет-медіа в Україні: визначення нормативно-правового статусу

Перші українські інтернет-видання з'явилися порівняно недавно, але вже зараз вони демонструють вражаючі результати. Швидкі темпи розвитку та зростання впливу свідчать про величезний потенціал українського сегменту інтернету. Без сумніву, в найближчому майбутньому ми станемо свідками ще більш значних змін і досягнень у цій сфері.

Інтернет-видання є досить привабливими для інвесторів, що зумовлено не лише економічними факторами, а й особливостями їхньої аудиторії. Відвідувачі сайтів – це зазвичай активні та заможні люди, які готові не лише споживати інформацію, а й взаємодіяти з нею. Саме тому інтернет-видання є таким привабливим майданчиком для рекламодавців.

Популярність інтернет-медіа серед користувачів пояснюється передусім їхніми очевидними перевагами над традиційними друкованими виданнями, серед яких:

відсутність фіксованого дедлайну: статті та новини можуть публікуватися без обмеження у часі, що дозволяє забезпечувати оперативність і актуальність матеріалів;

інтерактивність: читачі мають можливість брати участь у створенні контенту, ділитися своїми враженнями у розділах «Обговорити статтю», «Форум», брати участь в онлайн-голосуваннях або ставити запитання учасникам подій;

персоналізація: користувачі можуть самостійно обирати з доступного інформаційного потоку теми, які їх цікавлять найбільше.

Паралельно з перевагами широкого використання інформаційних технологій виникають і нові правові виклики. Захист авторських прав є одним із найважливіших у цифровому середовищі. Оскільки більшість інформації в інтернеті є інтелектуальною власністю, яка потребує правового захисту [1].

13 грудня Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про медіа» [2], положення якого значно розширюють повноваження Національної ради з питань телебачення і радіомовлення (далі – Національна рада). Після набрання чинності Законом цей орган може не лише регулювати медійний простір, а й накладати на ЗМІ санкції та звертатися до суду у разі систематичних порушень законодавства. Цей крок є важливим для інтеграції України до ЄС, проте викликає занепокоєння у представників медійної спільноти, які вважають, що новий закон певним чином обмежує свободу слова та підсилити контроль держави над ЗМІ.

З огляду на преамбулу, Закон України «Про медіа» спрямований на забезпечення реалізації права на свободу вираження поглядів, права на отримання різнобічної, достовірної та оперативної інформації, на забезпечення плюралізму думок і вільного поширення інформації, на захист національних інтересів України та прав користувачів медіа-сервісів, регулювання діяльності у сфері медіа відповідно до принципів прозорості, справедливості та неупередженості, стимулювання конкурентного середовища, рівноправності і незалежності медіа та визначає правовий статус, порядок формування, діяльності та повноваження Національної ради [2].

Головною метою законопроекту «Про медіа» було створення чітких та зрозумілих правил для функціонування медіа-ринку в Україні. Цей документ покликаний забезпечити свободу слова, захистити права громадян на інформацію та запобігти поширенню дезінформації. Крім того, закон визначає механізми державного регулювання медіа-сфери та встановлює відповідальність за порушення законодавства.

Ключова зміна, яку вносить у чинне законодавство Закон України «Про медіа», – значне розширення повноважень Національної ради. Якщо раніше цей орган регулював лише телебачення та радіомовлення, то тепер його юрисдикція

поширюється на всі види медіа, включаючи друковані видання та інтернет-ресурси. Новий закон надає Національній раді право не лише контролювати діяльність медіа, але й накладати на них санкції, а в окремих випадках навіть блокувати їхню діяльність.

Залежно від ступеня формалізації своєї діяльності, онлайн-медіа можуть бути віднесені до однієї з трьох категорій: зареєстровані, незареєстровані або анонімні. Незареєстровані видання – це своєрідний перехідний етап між офіційними медіа та анонімними блогами. Вони не мають статусу юридичної особи, але при цьому дотримуються певних стандартів прозорості.

Для анонімних онлайн-медіа передбачена спеціальна процедура застосування санкцій. Спочатку Національна рада надсилає їм припис усунути порушення. Якщо на цей припис немає відповіді, інформація про таке порушення оприлюднюється на офіційному сайті Національної ради. У випадку, якщо і після цього порушник не реагує, Національна рада має право заблокувати анонімне медіа. Важливо зазначити, що для зареєстрованих та незареєстрованих видань процедура блокування є більш складною і передбачає судові рішення.

Тимчасове блокування строком на два тижні може застосовуватися до незареєстрованих онлайн-медіа у разі систематичних і серйозних порушень законодавства. Цей захід має проміжний характер і спрямований на припинення поширення неправдивої інформації чи іншого контенту, що суперечить закону.

Новий Закон України «Про медіа» впроваджує інноваційний підхід до оцінки роботи медіа — систему накопичення порушень. Як зазначив М. Потураєв, голова Комітету Верховної Ради України з питань гуманітарної та інформаційної політики, з дня набрання чинності Законом України «Про медіа» діятиме механізм приписів, коли кожне порушення реєструється. У разі повторення порушень медіа нестиме посилену відповідальність. Це дозволяє більш об'єктивно аналізувати діяльність медіа та впроваджувати відповідні санкції [3].

«Спершу необхідно накопичити порушення, щоб Національна рада могла переходити до попереджень, які є санкціями. Попередження не поєднується зі штрафом, але фіксується у справі медіа. Якщо порушення продовжуються, медіа

починає отримувати штрафи. У разі накопичення штрафів може виникнути питання про найсуворішу санкцію — позбавлення ліцензії або реєстрації», — пояснює М. Потураєв [3].

Одним із ключових нововведень Закону є чітке визначення обов'язків суб'єктів, які бажають оскаржити опубліковану інформацію. Наприклад, політик, який вважає, що про нього поширено недостовірні відомості про корупцію, має право вимагати спростування. Незважаючи на це, Національна рада не бере активної участі у вирішенні таких спорів. Тобто, якщо медіа відхилить вимогу про усунення порушення, регулятор не втручатиметься у цей процес. Вирішення спору між медіа та особою, яка вимагає спростування, залишається прерогативою суду.

Разом з тим, що український медіа-простір потребує впорядкування взаємовідносин між ЗМІ, державою та суспільством, журналістська спільнота висловлює занепокоєння щодо передчасного ухвалення нового закону про медіа, особливо в умовах війни. Медіаспільнота вказує на те, що основною причиною таких побоювань є склад Національної ради, який формується за квотою від Верховної Ради України та Президента України, що робить цей орган надмірно політизованим.

Журналістська спільнота висловила обурення з приводу того, що кінцевий варіант проекту Закону України «Про медіа», що був прийнятий у другому читанні, не був оприлюднений для громадськості. Це унеможливило для широкого кола фахівців та громадськості ознайомитися з усіма положеннями нового законодавства до моменту його ухвалення [4].

Захищаючи рішення про збереження існуючої моделі Національної ради, автори закону вказують на обмеження, пов'язані з воєнним станом. Конституційні норми, що визначають статус Національної ради, не можуть бути змінені в цей період. Тому, за їхньою думкою, реформування цього органу доведеться відкласти до завершення воєнних дій.

Незважаючи на критику, проект Закону України «Про медіа» ухвалено Верховною Радою України 13 грудня 2022 року, що в свою чергу завершило

процес підготовки, який тривав майже десять років. Текст та концепція закону зазнали суттєвих змін. З набуттям чинності цього закону, онлайн-медіа, які раніше формально не визнавалися ЗМІ в Україні, отримують офіційний статус зі всіма відповідними правами та обов'язками.

Реєстрація онлайн-медіа є добровільною, відповідно до частини третьої статті 63 Закону України «Про медіа» [2]. Однак це не означає, що незареєстровані медіа не підпадають під дію закону – вони також регулюються його положеннями, що детально описано у наступних розділах.

Частина сьома статті 63 Закону України «Про медіа» визначає, що заяву на реєстрацію онлайн-медіа можна подати через спеціальний електронний кабінет відповідно до порядку, встановленого Національною радою. Відповідно до частини п'ятої статті 63 цього ж Закону Для реєстрації заявник подає заяву за формою, встановленою Національною радою, в якій зазначаються такі відомості:

1) для юридичної особи:

а) ідентифікаційні дані;

б) адреса, за якою здійснюється редакційний контроль, якщо вона не збігається з адресою місцезнаходження (для суб'єктів у сфері аудіовізуальних, друкованих та онлайн-медіа);

в) контактні дані (телефон, адреса електронної пошти);

г) прізвище, ім'я та по батькові керівника юридичної особи;

г) кінцевий бенефіціарний власник (за наявності);

2) для фізичної особи (у тому числі фізичної особи - підприємця):

а) ідентифікаційні дані;

б) місце реєстрації або надання сервісу, контактні дані (телефон, адреса електронної пошти);

3) вид та опис діяльності у сфері медіа, а саме:

а) для лінійних медіа – логотип чи позивні; мова (мови) розповсюдження; відомості про структуру власності відповідно до вимог статті 26 цього Закону за формою, встановленою Національною радою; для публічних аудіовізуальних медіа та аудіовізуальних медіа громад (додатково) – підтвердження статусу

неприбутковості; вид та технологія мовлення; територіальна категорія; формат; час та обсяги мовлення; наявність чи відсутність системи умовного доступу; дані щодо технології мовлення та характеристики сигналу каналу мовлення, перелік яких визначається Національною радою; постачальник електронних комунікаційних мереж та/або послуг (за наявності) [2].

Для лінійного медіа, яке є версією іноземного лінійного медіа, додатково зазначаються країна походження з наданням документів, що підтверджують зазначені відомості, та перелік країн, в яких представлено іноземне лінійне медіа;

б) для нелінійних медіа – назва нелінійного медіа; технологія, що застосовується для надання сервісу; територія надання сервісу;

в) для друкованих медіа – назва друкованого медіа; вид друкованого медіа; періодичність виходу примірників; територія та спосіб розповсюдження примірників; мова (мови) розповсюдження;

г) для онлайн-медіа – назва онлайн-медіа; вид онлайн-медіа; доменні імена, за якими медіа доступне в мережі Інтернет, із зазначенням реєстрантів відповідних доменних імен (щодо фізичних осіб – прізвище, ім'я та (за наявності) по батькові, громадянство, відомості про місце проживання або місце перебування, щодо юридичних осіб – ідентифікаційні дані);

г) для провайдерів аудіовізуальних сервісів – технологія, що застосовується для надання доступу; територія надання сервісу (адміністративно-територіальні одиниці, у межах яких розповсюджуються телеканали або радіоканали, або територія України); загальна кількість телеканалів та радіоканалів; перелік телеканалів та радіоканалів, що плануються розповсюджувати; та інші [2].

Варто враховувати, що інформація, надана заявником відповідно до цієї статті, є відкритою та публікується в Реєстрі, за винятком даних, які не підлягають оприлюдненню (частина шістнадцята статті 63 Закону України «Про медіа») [2].

Реєстрація онлайн-медіа передбачає сплату реєстраційного збору в розмірі одного прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого на 1 січня

року, коли подається заява (частина одинадцята статті 63 Закону України «Про медіа») [2]. У 2024 році ця сума становить 3028 грн.

Вимога щодо припинення діяльності через скасування реєстрації не поширюється на суб'єктів у сфері онлайн-медіа, оскільки скасування реєстрації онлайн-медіа не зобов'язує припиняти роботу сайту: (абзац другий частини восьмої статті 65 Закону України «Про медіа») [2].

Як зазначено раніше, незалежно від того, чи зареєстроване онлайн-медіа, воно підпадає під дію нового Закону України «Про медіа». Це означає, що всі онлайн-платформи, які відповідають визначеним у законі критеріям, зобов'язані дотримуватися його положень. Відсутність реєстрації не звільняє такі платформи від відповідальності за порушення законодавства.

Відповідно до положень частини одинадцятої статті 2 Закону України «Про медіа» при визначенні, чи є особа, яка поширює інформацію через Інтернет, суб'єктом у сфері онлайн-медіа, Національна рада застосовує критерії, встановлені органом спільного регулювання [2]. На цей час відсутні чіткі правила, які б точно визначали, які саме онлайн-платформи підпадають під регулювання цього закону. Тому застосування санкцій до незареєстрованих онлайн-медіа наразі передчасне.

Варто зазначити, що Закон не дає одностайного визначення, хто саме може вважатися онлайн-медіа. У ньому наведено такі поняття:

онлайн-медіа — це медіа, яке регулярно розповсюджує інформацію в текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в цифровому форматі через Інтернет на власному вебсайті, за винятком тих медіа, що віднесені до аудіовізуальних (закон виділяє три ключові ознаки: статус медіа, наявність вебсайту та регулярне оновлення контенту);

медіа (засіб масової інформації) — це засіб розповсюдження масової інформації в будь-якій формі, що періодично чи регулярно випускається під редакційним контролем і з постійною назвою, яка є ідентифікуючою ознакою;

редакційний контроль (редакційна відповідальність) — це вирішальний вплив суб'єкта в галузі аудіовізуальних, друкованих або онлайн-медіа на створення, добір, організацію та поширення програм чи іншої інформації.

Оскільки закон не встановлює конкретних вимог до осіб, які створюють і поширюють інформацію в Інтернеті, а орган спільного регулювання ще не розпочав роботу, статус таких осіб залишається невизначеним. Остаточна відповідь стане можливою лише після розроблення відповідних нормативно-правових актів.

Наразі чіткі критерії для визначення онлайн-медіа, які підпадають під дію нового закону, ще не встановлені. Цю задачу покладено на орган спільного регулювання. Проте, Закон вже передбачає, що блогери, які регулярно публікують контент під своїм редакційним контролем на платформах спільного доступу, можуть добровільно зареєструватися як онлайн-медіа. Це можливо лише в разі добровільної реєстрації відповідно до порядку, передбаченого статтею 63 Закону України «Про медіа» [2].

Інакше кажучи, сторінка особи в соціальній мережі не матиме статусу онлайн-медіа, якщо її власник не вирішить зареєструвати її як таку.

На сьогодні, головною відмінною рисою онлайн-медіа є наявність власного вебсайту, який регулярно оновлюється новою інформацією. Саме ця постійна активність і відрізняє онлайн-медіа від статичних веб-сторінок.

Закон України «Про медіа» передбачає кілька винятків зі сфери своєї дії. Він не поширюється на:

фізичних осіб, які не діють як медіа і не є суб'єктами у цій сфері;

фізичних осіб-підприємців або юридичних осіб, які поширюють інформацію на власних вебсайтах, якщо така діяльність не є їх основною, а розповсюджувана інформація пов'язана з господарською діяльністю, що не стосується сфери дії закону (частина друга статті 2 Закону України «Про медіа») [2].

Вимога щодо прозорості структури власності застосовується до всіх медіа, включаючи онлайн-медіа. Це означає, що мають бути розкриті всі ключові

учасники, зв'язки між ними та власники істотної участі. Водночас для онлайн-медіа ці вимоги є ліберальнішими: структуру власності потрібно подавати лише на запит Національної ради, і обов'язок її публічного розкриття не встановлений (частини перша статті 25, друга статті 26 Закону України «Про медіа») [2].

Онлайн-медіа, які зареєстровані, зобов'язані регулярно оновлювати на своєму вебсайті такі вихідні дані:

офіційну назву;

поштову адресу, телефон та електронну пошту;

ідентифікатор у Реєстрі (частина п'ята статті 37 Закону України «Про медіа») [2].

При цьому закон не вимагає оприлюднювати імена керівників чи кінцевих бенефіціарів.

Суб'єкти онлайн-медіа самостійно визначають мову контенту, крім випадків, передбачених Законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (частина друга статті 41 Закону України «Про медіа») [2]. Згідно з цим законом, всі інтернет-представництва медіа повинні мати україномовну версію, яка за змістом і обсягом не поступається іншомовним версіям та завантажується за замовчуванням для користувачів в Україні [5].

Порушення, пов'язані з немаркованою рекламою («джинсою»), належать до незначних. Кримінальна відповідальність за такі дії не передбачена, але Національна рада може видати припис або накласти штраф. Для зареєстрованих медіа штраф накладається, якщо впродовж місяця зафіксовано п'ять незначних порушень, для незареєстрованих — три (частина друга статті 112, стаття 116) [2].

Санкції за значні та грубі порушення включають:

скасування реєстрації зареєстрованого онлайн-медіа за п'ять значних порушень упродовж місяця. Поновлення реєстрації можливе через рік. Для незареєстрованих медіа це може означати тимчасову заборону діяльності на 14 днів;

заборона поширення: для зареєстрованих медіа — за рішенням суду після чотирьох грубих порушень упродовж місяця; для незареєстрованих — після трьох

грубих порушень. Анонімне онлайн-медіа можуть заборонити, якщо воно не виконає три приписи за незначні чи значні порушення або два приписи за грубі порушення (статті 107, 116) [2].

Таким чином, новоприйнятий Закон України «Про медіа» встановлює чітку систему контролю та відповідальності для суб'єктів онлайн-медіа, спрямовану на дотримання прозорості, законності та мовних норм [6].

1.2 Обмеження та особливості роботи медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України

Аналізуючи нормативно-правову базу та інформацію з офіційних джерел органів державної влади, можна окреслити правове поле, в межах якого функціонують українські медіа та поширювачі інформації під час війни.

Закон України «Про правовий режим воєнного стану» був прийнятий після вторгнення російських військ 24 лютого 2022 року. Цей Закон надає військовому командуванню та військовим адміністраціям (де вони створені) право регулювати діяльність постачальників електронних комунікаційних мереж і послуг, поліграфічних підприємств, видавництв, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів та інших підприємств, установ, організацій і культурних закладів, а також медіа. Зокрема, цей Закон дозволяє використовувати місцеві радіостанції, телевізійні центри та друкарні для військових цілей і для проведення роз'яснювальної роботи серед військовослужбовців і населення. Закон також надає право забороняти діяльність приймально-передавальних радіостанцій особистого та колективного користування, а також передачу інформації через комп'ютерні мережі. У разі порушення вимог або неналежного виконання заходів, що регулюють правовий режим воєнного стану, передбачається можливість вилучення у підприємств, установ, організацій і окремих громадян електронного комунікаційного обладнання, телевізійної, відео- та аудіоапаратури, комп'ютерів, а за необхідності й інших технічних засобів зв'язку (підпункти 11 та 12 частини першої статті 8 Закону України «Про правовий режим воєнного стану») [7].

Наказ головнокомандувача Збройних Сил України «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації під час дії правового режиму воєнного стану», виданий 3 березня 2022 року (№ 73) [8], містить інструкції щодо взаємодії військових з медіа та перелік інформації, що не підлягає розголошенню. До наказу додаються правила акредитації журналістів та порядок роботи медіа у зоні бойових дій.

Окрім офіційних документів, військове командування надавало низку пам'яток і неофіційних рекомендацій, таких як інструкція щодо висвітлення діяльності оборонних підприємств, розпорядження про заборону використання відеореєстраторів, рекомендація не повідомляти координати місць влучання російських ракет і снарядів, а також прохання не публікувати персональні дані військових, не розголошувати інформацію про військовополонених, дотримуватися особливих правил зйомок у лікарнях під час воєнного стану, вказівки щодо маркування службових автомобілів, заборону публікувати види зброї, якою українські війська завдають удари, а також заклик не повідомляти точні дані про втрати серед українських військових і переміщення музейних цінностей. До того ж, була рекомендація не обговорювати перебіг бойових дій і утримуватися від передчасних заяв про успіхи на фронті. Більшість цих вказівок не мали конкретних нормативних посилань і часто з'являлися у відповідь на конфлікти чи надзвичайні ситуації.

У свою чергу, спільна заява Міністерства культури та інформаційної політики України, Міністерства оборони України та Медіаруху стала результатом домовленостей між медійниками та Міноборони щодо ембарго на поширення інформації. Представники влади і журналістської спільноти погодились, що для забезпечення безпеки журналісти можуть збирати інформацію безпосередньо після обстрілів. Водночас, дозволяється публікація зроблених фото та відео з місць бойових дій після певного проміжку часу: 12 годин для військових об'єктів та 3 години для цивільних.

Рішення Ради національної безпеки і оборони «Про нейтралізацію загроз інформаційній безпеці держави», введене в дію Указом Президента України від 19 березня 2022 року № 151/2022 [9], і «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану», введене в дію Указом Президента України від 19 березня 2022 року № 152/2022 [10].

Згідно з першим рішенням, компанія «Зеонбуд», оператор цифрового ефірного телебачення Т2, працюватиме в особливому режимі в складі Концерну радіомовлення, радіозв'язку та телебачення. Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України, концерн РРТ та «Зеонбуд» повинні забезпечити:

безперервну роботу об'єктів цифрового ефірного мовлення та стабільну трансляцію телевізійних каналів у мультиплексах МХ-1, -2, -3, -5;

цілодобовий моніторинг ефірної мережі та обладнання головної станції;

мультиплексування супутникових та наземних каналів зв'язку;

резервування супутникових каналів для доставки програм та обладнання головної станції мультиплексування;

резервну доставку телеканалів до цифрових передавачів за допомогою альтернативного оператора супутникового зв'язку

Згідно з другим рішенням, в умовах воєнного стану реалізація єдиної інформаційної політики визнана пріоритетним завданням національної безпеки, і її забезпечення здійснюється через об'єднання всіх загальнонаціональних телеканалів, переважно інформаційних та/або інформаційно-аналітичних, на єдиній платформі стратегічної комунікації — цілодобовому інформаційному марафоні «Єдині новини #UAразом». Національній раді з питань телебачення і радіомовлення рекомендовано вжити заходів для виконання цього рішення.

Закон України «Про внесення змін до статті 114-2 Кримінального кодексу України щодо удосконалення відповідальності за несанкціоноване розповсюдження інформації про засоби протидії збройній агресії Росії» [11], ухвалений 1 квітня, вводить кримінальну відповідальність за незаконне поширення інформації про переміщення зброї, озброєння та боєприпасів в

Україну, рух, переміщення чи розміщення Збройних Сил України або інших військових формувань в умовах воєнного або надзвичайного стану.

Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність» [12], ухвалений 3 березня 2022 року, передбачає покарання для осіб, які займаються «інформаційною діяльністю» на користь окупантів. Це покарання застосовується лише до дій, вчинених після ухвалення закону.

Закон України «Про надання додаткових гарантій захисту журналістам, які працюють у районах ведення воєнних (бойових) дій» [13], що набув чинності 1 серпня 2022 року, зобов'язує медіа організації забезпечити своїх працівників засобами захисту від вогнепальних та осколкових уражень, а також медичними аптечками. Крім того, закон вимагає обов'язкового страхування журналістів на випадок поранень під час висвітлення військових подій і діяльності на окупованих територіях [14].

Таким чином, можна дійти висновку, що діяльність засобів масової інформації в умовах воєнного стану має достатнє нормативно-правове регулювання

1.3 Особливості правового регулювання інтернет-медіа: зарубіжний досвід

Швидкий розвиток Інтернету поставив перед світовою спільнотою гостре питання: чи потрібні спеціальні закони для регулювання онлайн-діяльності? Довгий час це питання залишалось без відповіді, зокрема в Україні. Однак, багато розвинених країн вже зіткнулися з цією проблемою і знайшли своє рішення. Цікаво, що більшість з них відмовилася від створення окремих законів про Інтернет. Наприклад, у США та Франції суди визнали, що спроби створити універсальний закон для такої динамічної мережі, як Інтернет, можуть більше шкодити, ніж допомагати [15].

У країнах Європи та Північної Америки регулювання інтернету базується на розширенні дії традиційних законів і повноважень органів, створених для їхнього виконання. Це означає, що організації, які контролюють дотримання законодавства, наприклад, у сфері телебачення та радіо, також здійснюють нагляд за діяльністю в інтернеті. Порушення законодавства авторами сайтів веде до судових процесів і накладення санкцій відповідно до чинних норм.

Основна різниця між європейськими країнами полягає в підходах до регулювання інтернету. У державах з англосаксонською правовою системою це відбувається шляхом застосування судової практики, натомість у країнах континентального права — через адаптацію чинного законодавства до нових реалій.

У США та Великій Британії немає спеціального законодавства для ЗМІ. Інформаційна діяльність регулюється загальними нормами цивільного, кримінального та інших видів законодавства. Тому немає необхідності виокремлювати мережеві засоби масової інформації від інших інтернет-ресурсів. Інформаційні та комерційні сайти підпадають під ті ж самі законодавчі норми, а відповідність контенту, що на них публікується, контролюється загальними регуляторними органами та судами.

Для інтеграції традиційних норм зарубіжних країн у національне законодавство важливо враховувати їх відображення в міжнародних документах. Це питання активно обговорюється на глобальному рівні. Зокрема, у липні 1995 року була ухвалена «Зелена книга авторського права і суміжних прав в інформаційному суспільстві». Такі ініціативи підтримали Австралія, США та Канада. У 1996 році під егідою Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) були укладені дві міжнародні угоди — «Про авторське право» та «Про виконання і фонограми», які стали відомими як «Інтернет-угоди».

Ці угоди мають двояке значення: вони, з одного боку, однаково застосовування законодавства поміж країн-учасниць, а з іншого — стають основою для подальшого розвитку правових норм на всесвітньому рівні [1].

Науковці зазначають, що соціальна мережа як явище та її сайт є взаємопов'язаними, але не тотожними поняттями. Сайт соціальної мережі може мати ознаки засобу масової інформації (ЗМІ), якщо він реєструється як мережеве видання на добровільній основі. У такому випадку саме сайт (а не вся соціальна мережа) може бути віднесений до ЗМІ.

Питання державного регулювання соціальних мереж викликає численні дискусії. Хоча є необхідність забезпечення єдиного підходу до всіх медіа, основною проблемою такого регулювання є ризик обмеження свободи слова і самовираження. Окрім того, існують побоювання щодо створення в Україні органу, подібного до Федеральної служби з нагляду у сфері зв'язку, інформаційних технологій і масових комунікацій Росії (Роскомнагляд).

У сфері регулювання соціальних мереж прикладом може слугувати закон NetzDG (The Network Enforcement Act), ухвалений у Німеччині у 2017 році. Цей закон поширюється на соціальні мережі, комерційних інтернет-провайдерів та будь-які платформи, які дозволяють користувачам ділитися контентом. Він зобов'язує ці ресурси протидіяти забороненому контенту, співпрацювати з державними органами й забезпечувати блокування протиправного контенту. Виявлений контент має бути видалений протягом доби або кількох днів у складних випадках. Недотримання вимог закону тягне за собою значні штрафи для платформ, зокрема міжнародних, таких як Facebook, YouTube чи Twitter.

Отже, чи повинно законодавство регулювати соціальні мережі? Реєстрація є державним інструментом, який дозволяє встановити факт існування певного суб'єкта. Існують три підходи до реєстрації онлайн-медіа: обов'язкова реєстрація; добровільна реєстрація; відсутність вимог щодо реєстрації.

Вибір відповідного підходу має враховувати баланс між регулюванням і збереженням свободи слова [16].

Однією з держав, де діє обов'язкова реєстрація онлайн-медіа, є Хорватія. Закон «Про електронні медіа» регулює, зокрема, відповідальність осіб, які надають аудіо- та аудіовізуальні послуги або публікують електронні видання через мережі зв'язку. Відповідно до частини другої статті 80 цього закону, перед

першою публікацією онлайн-медіа мають подати заявку на включення до Реєстру. До нього входять як електронні медіа, що розповсюджують аудіовізуальний контент, так і онлайн-медіа, які публікують текстові й графічні матеріали.

Критерії реєстрації включають: не менше трьох публікацій щотижня, визначення головного редактора і публікації, спрямовані на інформування або освіти громадськості. Реєстрація відбувається без схвалення з боку регулятора — Ради електронних медіа, яка забезпечує прозорість, медіаграмотність і розвиток національного аудіовізуального контенту [16].

Мова йде про реєстрацію без необхідності акцепту з боку регулятора — Ради електронних медіа [16]. Рада електронних медіа в Хорватії є незалежним органом, що регулює сферу ЗМІ, сприяє захисту суспільних інтересів та плюралізму, здобуваючи довіру через професіоналізм та прозорість.

Обов'язкова реєстрація також застосовується Швеції [16]. ЗМІ автоматично отримують конституційний захист, що дозволяє їм претендувати на фінансову підтримку від держави. Закон визначає онлайн-медіа як будь-які інтернет-ресурси, що транслюють або публікують контент, включаючи текст, звук чи відео. Для отримання конституційного захисту та визнання ЗМІ потрібно відповідати визначеним критеріям, зокрема бути медіакомпанією.

Згідно зі шведським законодавством, онлайн-ЗМІ охоплюють різноманітні методи трансляції та публікації контенту в Інтернеті, включаючи різні онлайн-платформи. Це може бути відео чи звук, які можуть бути як у прямому ефірі, так і записаними програмами. До онлайн-ЗМІ також відносяться веб-сайти та бази даних, що публікують інформацію. Веб-сайти та бази даних, на які поширюється автоматичний конституційний захист, повинні бути зареєстровані. Щоб автоматично застосовувати цей захист, ці ресурси мають відповідати певним вимогам, зокрема, вони повинні бути медіакомпаніями. Якщо веб-сайт належить медіакомпанії, на який поширюється конституційний захист, його також потрібно зареєструвати. Щоб ресурс вважався засобом масової інформації за шведським законодавством, він повинен відповідати певним критеріям. Закон про свободу слова визначає медіакомпанію як: редактора періодичних видань, редакцію радіо

та телебачення, поліграфічні компанії, книжкові та музичні видавництва, а також інформаційні агентства.

У Чорногорії реєстрація також є обов'язковою. Відповідно до Закону «Про ЗМІ», усі учасники, що створюють і поширюють медіаконтент із редакційним контролем, зобов'язані зареєструватися в компетентному органі.

Натомість реєстрація у Греції є добровільною. Згідно із статтею 53 Закону № 4339/2015, медіа можуть подати запит на реєстрацію. Зареєстровані медіа отримують певні привілеї, такі як право на розміщення державної реклами, акредитація на урядові заходи та доступ до історичних архівів. [16].

Подібний добровільний підхід діє і в Латвії. Реєстрація ЗМІ відбувається в Реєстрі підприємств, проте це не є обов'язковою вимогою. Поправки до закону встановлюють заборону для органів місцевого самоврядування створювати власні засоби масової інформації, щоб уникнути викривлення медіаринку.

Водночас у Великій Британії, Франції, Фінляндії та Нідерландах відсутні вимоги до реєстрації онлайн-медіа [16].

Декілька країн зараз змінюють свою політику щодо регулювання онлайн-медіа, і прикладом такої зміни є Канада. За чинним законодавством онлайн-компанії, які надають аудіо- та аудіовізуальний контент через Інтернет, не потребують ліцензування та звільнені від більшості інших нормативних вимог. Однак законопроект «С-10», що пропонує зміни до Закону про мовлення, розширює його дію на інтернет-платформи.

Пункт 1 законопроекту вводить нову категорію медіакомпаній — онлайн-медіа, які потрапляють під регулювання. До онлайн-медіа відносяться компанії, що здійснюють передачу або ретрансляцію програм через Інтернет для загального доступу за допомогою приймальних пристроїв. Однак користувачі соціальних мереж, які завантажують контент для обміну з іншими, не підпадатимуть під ці вимоги. Пункт 3 також уточнює, що закон не поширюється на контент, завантажений неафілійованими користувачами для обміну, а також на онлайн-компанії, трансляції яких складаються лише з такого контенту.

Інший підхід ніж у Швеції, де держава фінансово підтримує онлайн-ЗМІ для покращення їхнього контенту, встановлюють поправки в Канаді наділяють Канадську комісію з радіо, телебачення й електрозв'язку (CRTC) повноваженнями вимагати від медіакомпаній внесків для підтримки національної системи мовлення. Також визначено, що жодна особа або компанія не може позиціонувати себе як ЗМІ, якщо вони не мають відповідної ліцензії або не звільнені від вимог її отримання.

Однак законопроект «С-10» викликав критику. Опоненти вважають, що його ухвалення може створити основу для майбутніх урядів впроваджувати норми, що регулюють контент, створений користувачами, навіть якщо чинний ліберальний уряд не планує цього. Ізраїльські експерти охарактеризували законопроект як «недостатньо продуману спробу захистити канадський онлайн-контент, яка може перетворитися на режим безстрокової цензури Інтернету» [17]. Законопроект С-10 має далекосяжні наслідки для майбутнього. Через свою надмірну широту він може обмежити свободу слова та розвитку Інтернету. Тому необхідно ретельно проаналізувати всі його положення і внести відповідні зміни.

Глобальне поширення соціальних мереж створило значні виклики для державного регулювання. Країни світу досі не знайшли єдиного підходу до управління цими платформами. Деякі країни намагаються ігнорувати цю проблему, інші прагнуть встановити жорсткий контроль. Однак, транснаціональний характер соціальних мереж робить будь-які спроби регулювання неефективними. Компанії, що створюють ці платформи, мають значну свободу дій і можуть легко обходити національні закони. Це призводить до того, що боротьба з негативними явищами, такими як фейкові новини та мова ненависті, стає малоефективною.

Будь-які спроби обмежити свободу вираження поглядів в Інтернеті можуть викликати побоювання щодо надмірного втручання держави в життя громадян. Водночас, необхідність регулювати соціальні мережі для боротьби з негативними явищами, такими як поширення ненависті та дезінформації, є очевидною. Тому важливо знайти баланс між цими двома аспектами. Приклад співпраці Twitter з

урядом Саудівської Аравії демонструє, що спільні зусилля можуть бути більш ефективними, ніж жорстке законодавство [18].

Існує думка, що для онлайн-медіа, зокрема соціальних мереж, потрібно впровадити структурне регулювання, яке фокусується на системних змінах, що стосуються механізмів монетизації реклами, профілювання користувачів, алгоритмів, перевірки інформації та боротьби зі спамом. Сучасні платформи, як-от Facebook, надають рекламодавцям можливість орієнтувати свою рекламу на конкретні аудиторії, враховуючи такі параметри, як вік, стать, інтереси тощо. Завдяки таким можливостям ці платформи формують світогляд користувачів і створюють умови для цілеспрямованого поширення дезінформації. На нашу думку, доцільно розглянути варіанти обмеження таких функцій через комплексне регулювання, яке або повністю заборонить ці механізми, або зобов'яже компанії надавати користувачам можливість відмовитися від цільової реклами. Окрім того, необхідно запровадити регулювання, що охоплюватиме алгоритми, які впливають на інтереси користувачів. Платформи, такі як Facebook, Twitter і YouTube, розробляють алгоритми, які визначають тип контенту, з яким користувачі взаємодіють, та просувають його, підвищуючи його видимість. Це автоматизоване просування контенту може створити ілюзію популярності чи консенсусу, не тільки стосовно традиційних ЗМІ, але й політичних ідеологій або особистих переконань. Однак такі інженерні рішення, як правило, складно зупинити на етапі їх розробки [19].

Таке структурне регулювання, яке орієнтоване на систематичні реформи, хоча й не збільшує ризик обмеження свободи слова, все ж є непрактичним для створення єдиного глобального стандарту правового регулювання реєстрації та контролю соціальних медіа, який можна було б застосувати в усьому світі. Замість того, щоб вводити суворе законодавство проти компаній соціальних мереж, уряди повинні налагодити співпрацю з ними, аби знайти взаємоприйнятні рішення. Отже, найкращим підходом буде надання соціальним мережам можливості для саморегулювання при обмеженому законодавчому втручанні з боку держав.

Враховуючи викладене, структурне регулювання, орієнтоване на системні реформи, хоча і не збільшує ризик підриву свободи слова, однак є непрактичним встановлювати єдиний глобальний стандарт правового регулювання реєстрації та контролю соціальних медіа, якому будуть слідувати всі країни. Замість введення суворого законодавства проти компаній соціальних мереж, уряди повинні працювати з ними, щоб знайти рішення, які будуть прийнятні для обох сторін. Тому оптимальним підходом буде надання платформам соціальних мереж можливості для саморегулювання за умови мінімальної законодавчої участі з боку урядів.

РОЗДІЛ II

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ ГРОМАДЯН

2.1 Сутність та проблеми впливу інтернет-медіа на формування свідомості громадян

Найважливіша функція засобів масової інформації, їх призначення:

Надання об'єктивної інформації завдяки якій можна відтворити реалістичну картину того, що відбувається на сьогодні;

забезпечувати свободу думки і слова, право публічно висловлювати свою думку, відстоювати власну громадянську точку зору [20, с. 8];

контролювати роботу різних гілок влади, порушувати важливі питання, контролювати вирішення важливих проблем.

Інформуючи громадян, ЗМІ формує в людей навички аналізу функціонування влади, вміння відстоювати власну позицію та зумовлює несення влодою відповідальності за власні дії. Важливу роль відіграють правові інститути у формуванні правосвідомості та поведінки громадян, проте формування активного, зрілого та освіченого громадянина треба визнати чи не найважливішою умовою і ознакою громадянського суспільства. За словами Б. Кормича, ЗМІ має виконувати роль: громадського спостерігача, представника споживачів та джерела публічної інформації [21, с. 282].

Революція ЗМІ наприкінці 20-го століття привела до розвитку процесів доставки інформації. В даний час спостерігається формування єдності міжнародної думки, а саме у сферах, пов'язаних зі світовою економікою і політикою, наукою і культурою, суспільством. Отже, поява більш широкого терміну – «ЗМІ» (далі – «ЗМІ»), який окрім ЗМК включає також Інтернет,

оскільки завдяки новітнім технічним засобам стало можливим швидше поширювати інформацію в суспільстві з одночасним її тлумаченням.

Сьогодні засоби електронної комунікації, зокрема, в Інтернеті, розвиваються та поширюються надзвичайно швидко. На сьогодні існує величезна кількість Інтернет видань та сайтів, де журналісти публікують свої статті та матеріали. Окрім того, існують такі явища як інтернет блоги, інтернет форуми, соціальні мережі.

Засоби масової комунікації стають основною складовою сучасного суспільства, яке використовує спеціальні засоби обміну інформацією для встановлення налагоджених стосунків як з окремими людьми, так і з суспільством у цілому. Формування громадянського статусу більшості під впливом засобів масової комунікації відбувається у зв'язку із підвищенням інтересу суспільства до загально важливих ситуацій. Отже, людина втрачає здатність самостійно мислити, аналізувати та критично сприймати інформацію, яку надає ЗМІ.

Уявлення про світ, яке формує засоби масової комунікації маніпулятивній формі, часто повністю відповідають дійсності. Використовуючи різноманітні інструменти факти та політичні події висвітлюються в потрібному для авторів (а в деяких випадках їх замовникам) світлі, пропагують суспільству потрібну їм думку [22, с. 105].

Безперечно, засоби масової інформації формують думку громадськості. Громадська думка, за визначенням Г. Дворецької, – це сукупність ідей, оцінок і суджень, які поділяють більшість або принаймні значна частина населення щодо проблем, подій чи фактичних фактів у певній соціальній ситуації. Це може бути у суспільстві в цілому, в етнічній групі, у виробничому колективі чи іншій соціальній групі [23, с. 307].

Значення ЗМІ в умовах інформатизації, застосування інформаційних технологій (комп'ютерних мереж, телебачення, тощо) зробили актуальним питання щодо інформаційної влади як так звану четверту гілку влади, поряд із законодавчою, виконавчою і судовою.

Інформаційна влада може реалізуватися за допомогою спеціальних

засобів передачі інформації, які передбачають єдине сприйняття інформації для великої кількості людей.

Без інформації, яку поширюють ЗМІ, суспільство не може повноцінно орієнтуватися, зокрема, в політичних процесах. Зазвичай, засоби масової інформації використовують фрагментні або послідовні методи донесення політичної інформації.

Якщо послідовний спосіб характерний для видань друкованих, то на телебаченні широко поширений фрагментований, що є наслідком об'єктивної необхідності розділення інформації для її різнобічної та швидкої подачі. Фрагментарність, однак, часто заважає більшості громадян створити масштабну картину політичних подій, що зрештою дезорієнтує аудиторію, викликає політичну байдужість і апатію та змушує вірити оцінкам політичних оглядачів. Для маніпулювання свідомістю усе зазначене вище створює сприятливі умови, що є, в свою чергу, звичним явищем у роботі сучасних ЗМІ в Україні. Метою такої маніпуляції є впровадження в масову свідомість суспільно-політичних міфів, які формують певні цінності без їх критичного осмислення [24, с. 27].

Засоби масової інформації часто використовуються як інструмент впливу на суспільну свідомість, відволікаючи увагу людей від важливих політичних і економічних питань. Це досягається шляхом постійного заповнення інформаційного простору другорядними новинами. Інколи вони штучно створюють проблему чи ситуацію, яка викликає заплановану реакцію громадян, змушуючи їх діяти у спосіб, вигідний правлячим колам або певним зацікавленим сторонам [25].

Сучасні засоби масової інформації, висвітлюючи події, часто акцентують увагу переважно на негативних аспектах, зосереджуючись на створенні скандалів, ігноруючи важливість принципу об'єктивності. Водночас інформування громадськості про позитивні зміни й події є не менш важливим завданням журналістики. Ми вважаємо, що доброзичливе та конструктивне висвітлення діяльності державних органів і органів місцевого самоврядування могло б значно знизити загальний рівень суспільного песимізму.

Однак об'єктивна робота ЗМІ можлива лише за умови їх незалежності. На жаль, питання незалежності медіа залишається певною мірою формальністю, оскільки їх діяльність залежить від інтересів власників, які впливають на формування громадської думки, обираючи теми й характер подачі інформації.

Європейський курс розвитку, обраний Україною, вимагає адаптації національного законодавства до європейських стандартів. Україна вже ратифікувала низку міжнародно-правових документів, зокрема Європейську конвенцію про захист прав і основних свобод людини (1997 рік), Міжнародний пакт про громадянські та політичні права (1973 рік), а також Європейську конвенцію про транскордонне телебачення (2008 рік).

Виконання Україною умов, викладених у Резолюціях Парламентської Асамблеї Ради Європи «Про виконання обов'язків і зобов'язань Україною» (2005 рік) та «Про функціонування демократичних інститутів в Україні» (2010 рік), стане вирішальним кроком для інтеграції країни в міжнародний інформаційний простір і зміцнення її позицій у сфері європейської співпраці.

Незважаючи на нормативно-правове закріплення основ діяльності ЗМІ на національному та міжнародному рівнях, сьогодні спостерігається пряме маніпулювання свідомістю громадян, а також руйнування моральних цінностей і внутрішніх принципів як окремих авторів, так і суспільства загалом під їх впливом.

ЗМІ використовують шаблони та стереотипи, які тісно пов'язані з життям громади і окремих груп, щоб маніпулювати мисленням людей. Завдяки широким можливостям впливу ЗМІ мають значний вплив на суспільство. Це дозволяє їм не лише формувати та контролювати розвиток культури, свідомості та поведінки, але й нав'язувати конкретні думки соціальним групам, класам чи окремим людям. При цьому вони поширюють як позитивну, так і негативну інформацію, значно впливаючи на суспільну думку.

Сучасний інформаційний потік є потужним, тому кожен із нас повинен навчитися орієнтуватися в ньому, фільтрувати непотрібну або недостовірну інформацію і критично сприймати те, що потрапляє у свідомість. Однак

розрізнити важливе від несуттєвого, правду від брехні стає дедалі складніше. Це призводить до того, що багато людей покладаються на «громадську думку», не усвідомлюючи, що вона формується штучно і не завжди відображає їхні власні погляди.

Тому дослідження ролі ЗМІ у сучасному суспільстві є надзвичайно актуальним. Їхній вплив на соціальне життя реалізується через інформування про політичні, соціальні та культурні події за допомогою наукових і періодичних видань, освітніх програм, новин тощо. Такий вплив може мати як позитивний характер (формування правосвідомості, правової культури, об'єктивної оцінки ситуації), так і негативний (дезінформація, створення «міфів», зростання невдоволення, посилення суспільної депресії, апатії та байдужості) [26].

2.2 Інтернет-медіа та їх вплив на дітей: позитивні та негативні тенденції

ЗМІ мають глибокий вплив на соціалізацію. Медіа-технології включають екранні медіа (телебачення та кінофільми), друк (журнали та книги), аудіо та мультимедіа, включаючи комп'ютери та телефони. Отже ЗМІ є агентом соціалізації, який впливає на переконання, ставлення та поведінку.

ЗМІ мають можливість впливати на наші політичні погляди; наші смаки в популярній культурі; наші погляди на жінок, кольорових людей та спільноту ЛГБТК +; та багато інших переконань, поведінки та практики.

Це було очевидно в останні роки під час зміни хроносистеми з використанням нової технології, що використовувалися під час COVID-19. Діти та сім'ї стали ще більше залежати від медіа-технологій для інформації, соціалізації та дистанційного навчання через закриття шкіл. Поширення цифрових медіа-платформ і додатків стало рятувальним колом для суспільства для обміну новинами та підключення глобального світу.

Діти вчаться, спостерігаючи за моделями в засобах масової інформації та всіма його формами. Діти будуть наслідувати і грати роль того, що вони бачать,

особливо якщо зразок для наслідування має престиж та соціальний вплив. Цей вплив може бути як позитивним, так і негативним. Наприклад, дитина, яка дивиться на *вулицю Сезам*, може дізнатися про різноманітність, співпрацю та інші цінні позитивні соціальні навички. І навпаки, дитина, яка активно займається насильницьким вмістом відеоігор, також може навчитися агресивній та асоціальній поведінці.

Нинішнє покоління дітей є цифровими тубільцями, тобто вони ніколи не знали часу без цифрових технологій. Можливості розваг, освіти та соціалізації були буквально під рукою 24 години на добу. Споживання дітьми засобів масової інформації, пов'язаного з віком, доходом, расою та типом преференційних засобів масової інформації можна виокремити в такі категорії:

діти від народження до 8 років використовують близько двох з половиною годин (2:24) екранних носіїв на день. Щоденне використання коливається від 49 хвилин серед тих, хто молодше 2, до двох з половиною годин (2:30) серед 2-4-річних дітей та більше трьох годин (3:05) серед 5-8-річних дітей;

більше третини (34%) дітей віком від 8 років щодня переглядають онлайн-відео, порівняно з 24% три роки тому. Майже половина (46%) дітей віком від 2 до 4 років і більше двох третин (67%) дітей віком від 5 до 8 років мають власний мобільний пристрій (планшет або смартфон), що робить перегляд в Інтернеті ще більш доступним;

діти в домогосподарствах з низьким рівнем доходу витрачають на екранні засоби масової інформації в середньому майже дві години на день більше, ніж ті, хто знаходиться в будинках з вищим доходом (3:48 проти 1:52);

збільшилася частота та кількість часу, витраченого на читання серед дітей із домогосподарствами з низьким рівнем доходу. Частка дітей у домогосподарствах з низьким рівнем доходу, які є щоденними читачами, тобто читають або читають щодня, зросла на 10 процентних пунктів за останні три роки, з 40% до 50%;

вперше з моменту початку перепису населення онлайн-перегляд відео домінує над екранним часом дітей. Наші наймолодші діти витрачають 39 хвилин

на день, переглядаючи онлайн-відео на таких платформах, як YouTube та TikTok, порівняно з 19 хвилин у 2017 році. Зростання доступу до мобільних пристроїв сприяє цьому збільшенню, оскільки майже половина дітей віком від 2 до 4 років та понад дві третини дітей віком від 5 до 8 років мають власний планшет або смартфон [27].

Користування медіа, зокрема соціальними мережами, є однією з найпоширеніших активностей серед сучасних дітей та підлітків. До соціальних медіа належать будь-які веб-ресурси, які забезпечують соціальну взаємодію. Сюди входять соціальні мережі (Facebook, MySpace, Twitter), ігрові та віртуальні платформи (Club Penguin, Second Life, Sims), відео-сайти (YouTube) і блоги. Ці ресурси стрімко розвиваються, пропонуючи молоді нові можливості для спілкування та розваг. Батькам важливо розуміти природу таких медіа, адже вони не завжди створюють безпечні умови для дітей і підлітків.

Однак проведення великої кількості часу за екраном комп'ютера чи телевізора знижує рівень фізичної активності. Крім того, реклама шкідливих харчових продуктів у ЗМІ збільшує їхнє споживання серед молоді, що сприяє ризику ожиріння.

Педіатри відіграють важливу роль у сприянні здоровому користуванню ЗМІ. Вони мають допомагати батькам запобігати таким проблемам, як «кіберпереслідування», «Facebook-депресія», секстинг (відправлення повідомлень сексуального характеру), вплив небажаного контенту, зменшення фізичної активності та споживання нездорової їжі.

Можна стверджувати, що соціальні медіа сприяють розширенню спілкування, формуванню соціальних зв'язків і розвитку технічних навичок. Сайти, такі як Facebook і MySpace, надають щоденні можливості для комунікації з друзями, однокласниками та однодумцями. За останні п'ять років кількість молоді, що використовує ці платформи, значно зросла. Згідно з опитуваннями, 22% підлітків заходять на улюблений соціальний сайт понад 10 разів на день, а понад половина користується ним хоча б раз на день. Також 75% підлітків мають мобільні телефони, з яких 25% використовують для соціальних мереж, 54% — для

текстових повідомлень, а 24% — для обміну миттєвими повідомленнями. Таким чином, значна частина соціального й емоційного розвитку молоді проходить в онлайн-середовищі [27] .

Через недостатню саморегуляцію та вплив однолітків діти й підлітки піддаються ризикам під час користування соціальними мережами. Серед таких ризиків — «кіберпереслідування», компрометація конфіденційності та секстинг. Також можливі інтернет-залежність і втрата сну.

Сьогодні чимало батьків активно та комфортно використовують ті самі технології й програми, а також відвідують ті ж веб-сайти, що і їхні діти та підлітки. Проте деяким із них складно налагодити онлайн-взаємодію зі своїми «цифрово грамотними» нащадками через низку причин. Наприклад, їм може бракувати базових знань про сучасні форми соціалізації, які є невід'ємною частиною життя їхніх дітей. Часто батьки не мають технічних навичок або часу, необхідних для того, щоб встигати за швидкими змінами в інтернет-просторі. До того ж багато хто не усвідомлює, що «онлайн життя» молоді є продовженням їхньої соціальної реальності. Як наслідок, різниця у знаннях і технічній підготовці між батьками й дітьми стає суттєвою перешкодою для спільного дослідження онлайн-середовища.

Соціальні медіа надають підліткам можливість підтримувати зв'язок із близькими, знаходити нових друзів, ділитися фотографіями та ідеями. Вони також можуть позитивно впливати на самооцінку, соціальну інтеграцію й особистісний розвиток. Приклади включають участь у благодійності, творчих заходах, створення блогів і розширення інтернет-зв'язків із різними соціальними групами.

Підлітки активно використовують соціальні медіа для навчання, зокрема для групових проєктів. Деякі школи впроваджують блоги як інструмент навчання, сприяючи розвитку навичок письма та творчості.

Водночас соціальні медіа створюють певні ризики. Наприклад, «кіберпереслідування» — це поширений спосіб передачі образливої або неправдивої інформації. Також існує явище «Facebook-депресії», яке виникає в

результаті надмірного використання соціальних платформ. Це може призводити до ізоляції, небезпечної поведінки й навіть суїцидальних думок.

Основні ризики включають компрометацію конфіденційності, надмірне розголошення інформації, а також формування небезпечних «цифрових відбитків». Недоречна активність в інтернеті може негативно вплинути на майбутнє навчання чи працевлаштування.

Батькам слід уважно аналізувати сайти, якими користуються їхні діти, і переконуватися у відповідності їхньому віку. Педіатри рекомендують обмежувати екранний час, особливо для немовлят і в вечірні години, а також видаляти телевізори та інтернет із дитячих спалень. Вони мають заохочувати активності, що сприяють фізичному розвитку та соціальній взаємодії.

Більшість батьків знають, що 13 років є мінімальним віком для відвідання більшості сайтів соціальних ЗМІ, але не розуміють, чому вибраний саме цей вік. Є дві основні причини:

по-перше, вік 13 років встановлений Конгресом США в Законі «Про захист дітей в інтернеті» (Children's Online Privacy Protection Act – COPPA), який забороняє веб-сайтам збирати інформацію про дітей молодше 13 років без дозволу батьків;

по-друге, офіційні умови надання послуг на багатьох популярних сайтах тепер відповідають вимогам COPPA і в них стверджується, що 13 років є мінімальним віком, необхідним для реєстрації і створення профілю. Цей вік є мінімальним для користування такими сайтами, як Facebook і MySpace. Є багато сайтів для дітей більш молодшого віку, які не мають такого вікового обмеження (Disney, Club Penguin та інші) [27].

Важливо, щоб батьки проаналізували сайти, які хоче відвідувати їхня дитина, переконалися, що сайт підходить для її віку.

Разом з цим, якщо на веб-сайті зазначено мінімальний вік користувача, ААР рекомендує дотримуватися цієї вимоги. На жаль, практика підробки віку стала поширеним явищем серед окремих дітей і батьків. Батькам важливо

звернути на це увагу, переконатися, що їхні діти не надають неправдивих даних, і забезпечити належний рівень уваги до питань онлайн-безпеки.

Загалом педіатри повинні працювати з сім'ями, громадськими організаціями та владою, сприяючи впровадженню політик, що підвищують обізнаність та забезпечують безпечне використання ЗМІ.

Ось кілька практичних рекомендацій для педіатрів, які можуть допомогти батькам:

1) радити батькам відкрито спілкуватися зі своїми дітьми про їхній досвід використання інтернету, обговорюючи актуальні виклики, з якими сучасні діти стикаються онлайн;

2) закликати батьків заповнювати прогалини у своїх знаннях про технології, які активно використовують їхні діти;

3) разом із сім'ями розробляти план використання інтернет-ресурсів, який включає регулярні родинні обговорення тем, пов'язаних з інтернетом, перевірку параметрів конфіденційності та виявлення неприйняттого контенту в профілях. Основний акцент має бути на відповідальному підході й здоровому способі життя, а не на каральних заходах, якщо вони не є обґрунтованими;

4) пояснювати батькам важливість активного контролю онлайн-діяльності дітей через залучення й спілкування, замість пасивного віддаленого моніторингу за допомогою спеціальних програм, таких як «мережева няня» (net-nanny).

Медіа беззаперечно відіграють значну роль у поширенні сучасної епідемії дитячого та підліткового ожиріння. Велика кількість реклами джанк- та фаст-фуду, яку регулярно бачить молодь, суттєво впливає на їхні харчові звички. Крім того, збільшення часу, проведеного перед екранами, сприяє відмові від збалансованого харчування. Ефективна боротьба з епідемією ожиріння вимагає усвідомлення суспільством впливу медіа, зокрема реклами, як ключового чинника ризику, а також змін у звичках молоді щодо користування медіа.

Педіатрам варто регулярно ставити батькам і дітям два основних питання щодо використання медіа:

скільки часу щодня дитина проводить перед екраном?

Чи є в спальні дитини телевізор або необмежений доступ до інтернету?

Педіатри мають заохочувати батьків обговорювати з дітьми вплив реклами продуктів харчування, контролювати їхній перегляд телепрограм та навчати основам здорового харчування.

Співпраця педіатрів із громадськими організаціями та школами для впровадження програм медіа-освіти є важливим кроком. Такі програми допомагають дітям краще розуміти рекламу та можуть формувати своєрідний «імунітет» проти її шкідливого впливу. У США вже продемонстровано ефективність навчальних програм, які допомагають батькам обмежувати час дітей за медіа. Педіатрам також слід взаємодіяти з місцевими керівниками, органами охорони здоров'я, батьківськими та громадськими об'єднаннями, впливаючи на формування державної політики.

Дітей, які багато часу проводять перед екранами, частіше супроводжує високий рівень стресу, що може призводити до розвитку не лише ожиріння, але й таких захворювань, як розлади настрою, токсикоманія, діабет, серцево-судинні хвороби та астма. Альтернативою цьому є спрямування часу на просоціальну активність, зокрема заняття спортом, творчі або соціальні ігри, що сприяють стійкості до зовнішніх впливів і допомагають вирішувати як проблему ожиріння, так і інші соціальні виклики [27].

2.3 Узагальнення та класифікація причин підвищення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян в Україні та у світі в цілому

Швидкий розвиток цифрових технологій, розширення доступу до мережі Інтернет та мобільних пристроїв, а також трансформація споживчих уподобань суттєво впливають на медіаіндустрію, породжуючи нові напрямки та тенденції у її функціонуванні.

Цифрові медіа, такі як Інтернет, соціальні мережі, платформи для потокового перегляду відео та мобільні додатки, значно вплинули на спосіб, яким люди споживають інформацію та розважаються. Цей стрімкий розвиток відкриває

нові можливості для взаємодії з аудиторією на більш персоналізованому рівні та для залучення глядачів до активної участі.

Відеоконтент стрімко завойовує провідні позиції в медіапросторі. Платформи для потокового перегляду контенту, такі як Netflix, YouTube та Amazon Prime Video, набувають все більшої популярності, надаючи користувачам безпрецедентну свободу вибору часу та місця для перегляду. Оригінальний контент, створений спеціально для цих платформ, на кшталт серіалів та фільмів, стає невід'ємною частиною сучасної культури, формуючи смаки та вподобання мільйонів людей.

Варто зазначити також стрімке зростання популярності повноекранного вертикального формату відео (9:16). Цей тренд, започаткований платформою TikTok та успішно підхоплений Instagram, тепер охопив такі гіганти, як YouTube та Facebook. Статистика свідчить про значно вищу ефективність вертикального відео, зокрема на платформі Facebook, де воно демонструє на 90% вищий коефіцієнт завершення порівняно з горизонтальним. YouTube також не залишається осторонь і активно тестує нові функції, спрямовані на адаптацію відеореклами до вертикального формату [27].

Завдяки потужності алгоритмів та штучного інтелекту, медіаплатформи здатні створювати індивідуалізований досвід перегляду для кожного користувача. Рекомендації контенту, які формуються на основі попередніх переглядів та інтересів користувача, дозволяють підбирати матеріали, що найбільш точно відповідають його смакам та вподобанням, таким чином підтримуючи незмінну зацікавленість та покращуючи загальний досвід споживання медіа.

Технології розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) відкривають перед медіаіндустрією безмежні горизонти. AR дозволяє збагатити реальний світ цифровим контентом, створюючи нові форми взаємодії між користувачем та інформацією, тоді як VR пропонує повне занурення у віртуальні світи, створюючи абсолютно нові враження. Ці технології вже знаходять своє застосування у таких сферах, як ігрова індустрія, кінематограф, журналістика та освіта, відкриваючи нові можливості для розповіді історій, навчання та розваг.

Соціальні мережі відіграють дедалі важливішу роль у сучасному суспільстві, формуючи нові способи поширення інформації, спілкування та формування громадської думки. Впливові особистості в соціальних мережах, такі як блогери, ютубери та інстаграм-блогерки, стають справжніми лідерами думок, які значно впливають на ставлення аудиторії до різноманітних товарів, послуг та брендів.

Кількість нано-інфлюенсерів, тих, хто має менше 10 тисяч підписників, та обсяги створеного користувачами контенту (UGC) продовжують зростати неймовірними темпами. Цей тренд свідчить про стрімкий розвиток індустрії цифрового контенту та дедалі більшу активність користувачів у створенні та поширенні власного контенту.

Контент, створений користувачами, став невід'ємною частиною сучасного маркетингу. Як інструмент органічного маркетингу, він дозволяє встановити прямий діалог з реальними споживачами, формуючи міцніші зв'язки між брендом та клієнтом. Цей формат контенту сприяє підвищенню рівня довіри споживачів до бренду, оскільки вони бачать, що інші люди використовують і рекомендують продукт.

Сучасні медіа все більше орієнтуються на активну участь аудиторії. Користувачі прагнуть не просто споживати контент, а й брати безпосередню участь у його створенні та розвитку. Саме тому медіакомпанії створюють інтерактивні формати, які дозволяють глядачам впливати на хід подій, висловлювати свою думку та співпрацювати в створенні контенту.

Поширення мобільних пристроїв радикально змінює спосіб, яким ми споживаємо інформацію. Смартфони стали невід'ємною частиною нашого життя, а мобільний контент та мобільна журналістика набувають все більшої популярності. Медіаорганізації, щоб відповідати потребам аудиторії, активно розробляють мобільні додатки та адаптують свій контент під мобільні платформи.

Популярність подкастів як формату споживання контенту стрімко зростає. Все більше людей обирають аудіоформат для отримання інформації, оскільки він дозволяє слухати під час виконання інших завдань або в дорозі. Відповідаючи на

цей запит, медіакомпанії активно розширюють свою присутність у сфері подкастів, пропонуючи як оригінальні аудіопрограми, так і адаптації свого відеоконтенту.

Штучний інтелект та автоматизація вносять революційні зміни у сферу медіа. Вони впливають на всі етапи виробництва та дистрибуції контенту, від створення унікального матеріалу до його персоналізації під потреби кожного користувача. Завдяки алгоритмам та машинному навчанню медіакомпанії можуть оптимізувати свою роботу, точніше таргетувати рекламу та глибше розуміти свою аудиторію.

Штучний інтелект – це, по суті, розумна програма, яка здатна виконувати різноманітні завдання самостійно. Наприклад, він може створювати цікаві дописи для соціальних мереж або знаходити нові ефективні канали для реклами. Чим більше даних отримує ШІ, тим краще він виконує свої завдання. Очікується, що використання штучного інтелекту буде зростати дуже швидко, приблизно на 120% щороку.

Медіа-простір сьогодні – це динамічна система, що постійно змінюється під впливом нових технологій та еволюції потреб аудиторії. Поява стрімінгових платформ, розвиток доповненої та віртуальної реальності, зростання впливу соціальних мереж та поширення фейкових новин – це лише деякі з факторів, які формують обличчя сучасних медіа. Успішні медіакомпанії змушені постійно адаптуватися до цих змін, пропонуючи інноваційні рішення та персоналізований контент, щоб задовольнити вимогливу сучасну аудиторію [26].

Засоби масової інформації володіють потужними інструментами впливу на громадську думку, які можуть використовуватись як для інформування, так і для маніпуляції. Здатність ЗМІ створювати «уявну реальність» вимагає введення ефективних механізмів контролю за дотриманням журналістами професійних стандартів, зокрема обов'язку подавати точну та об'єктивну інформацію.

Посилення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян зумовлено багатьма причинами, які можна класифікувати за кількома основними групами: **технологічними, соціальними, економічними, культурними та політичними.**

Технологічні причини характеризуються:

- швидким доступом до інформації. Інтернет-медіа дозволяють миттєво отримувати інформацію з будь-якої точки світу, що робить їх привабливішими за традиційні джерела;
- розвиненістю соціальних мереж. Платформи, такі як Facebook, Instagram, TikTok і Twitter, стали основними джерелами інформації для багатьох громадян;
- наявністю алгоритмів персоналізації. Інтернет-медіа використовують алгоритми, що формують інформаційну бульбашку, підлаштовуючи контент під уподобання користувача, чим посилюють вплив на свідомість;
- мобільністю. Завдяки смартфонам та мобільним додаткам, люди отримують доступ до інформації практично без обмежень.

Соціальні причини характеризуються:

- зростанням цифрової грамотності. Все більше людей мають навички використання інтернету, що підвищує їх залученість до онлайн-медіа;
- інтерактивністю. Інтернет дозволяє користувачам не лише споживати інформацію, але й створювати контент, брати участь у дискусіях та впливати на громадську думку;
- значним впливом блогерів та лідерів думок. Лідери думок мають велику аудиторію в інтернеті, формуючи її переконання та поведінку;
- глобалізацією. Інтернет-медіа стирають кордони, забезпечуючи доступ до різноманітної інформації з усього світу.

Економічні причини характеризуються:

- низькою вартістю доступу. Вартість підключення до інтернету та доступу до онлайн-ресурсів часто нижча, ніж підписка на друковані ЗМІ чи кабельне телебачення;
- монетизацією контенту. Рекламні моделі заохочують створення привабливого та навіть маніпулятивного контенту для збільшення аудиторії;
- конкуренцією за увагу. Традиційні медіа змушені переходити в онлайн, щоб конкурувати за аудиторію, посилюючи присутність інтернет-медіа.

Культурні причини характеризуються:

- зміною способів споживання інформації. Молодь переважно обирає відеоконтент, короткі новини та меми, що є основою контенту інтернет-медіа;
- мовним різноманіттям. Інтернет дозволяє розвивати локальні медіа мовами різних громад, посилюючи вплив на специфічні аудиторії;
- присутністю такого явища як культура миттєвості. Люди звикають до коротких і швидких форматів новин, які домінують в інтернеті.

Політичні причини характеризуються:

- присутністю пропаганди та маніпуляцій. Інтернет-медіа використовуються як інструмент впливу на громадську думку під час виборів, протестів чи воєнних дій;
- свободою висловлювання. В інтернеті люди мають більше можливостей висловлювати думки, чим користуються як громадські діячі, так і політичні сили;
- великою кількістю дезінформації та активним веденням інформаційних війн. У багатьох випадках інтернет-медіа стають платформою для поширення фейків, що впливає на свідомість громадян.

Український контекст характеризується:

- війною та кризою. В умовах війни інтернет-медіа стали ключовим інструментом мобілізації, єднання суспільства та протидії російській пропаганді;
- розвитком цифрової держави. Ініціативи, такі як «Дія» та інші цифрові сервіси, інтегрують громадян в онлайн-простір;
- геополітичним вибором. Орієнтація України на європейські цінності сприяє розвитку незалежних інтернет-медіа.

Таким чином, посилення впливу інтернет-медіа є наслідком глобальних трендів і локальних факторів. Їхній вплив на свідомість громадян продовжує зростати, формуючи як позитивні, так і негативні наслідки.

РОЗДІЛ III

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ТА ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОТИДІЇ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА В УКРАЇНІ

3.1 Базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян

Сучасні учасники медіапростору щодня стикаються з великим обсягом інформації. Водночас деякі з них використовують цей потік для маніпуляцій. Через це виникає необхідність захисту від маніпулятивного впливу. Як вже було зазначено, механізм медіа-маніпуляцій має глибокий зв'язок з психологією, тому далі розглянемо методи боротьби з цим негативним впливом.

Інформаційний простір став ареною боротьби за вплив на суспільство. ЗМІ, як основний інструмент поширення інформації, використовуються для маніпуляції свідомістю, що полягає у штучному формуванні потреб, емоцій та поглядів людей для досягнення певних цілей.

Маніпулювання свідомістю – це приховане формування думок, почуттів та дій людини шляхом впливу на її психіку. Цей процес найефективніший, коли інформація оминає логічний аналіз і звертається безпосередньо до емоцій.

Цією емоцією може бути страх, який виникає у ситуації загрози біологічному або соціальному існуванню індивіда, і спрямовується на джерело справжньої чи уявної загрози [28, с. 44]. Раніше страх використовувався переважно як засіб примусу та для зміцнення державної влади. Сьогодні ж з'являються нові методи викликати цю емоцію для досягнення різних цілей.

Для того, щоб захистити себе від маніпуляцій страхом, необхідно вміти вчасно розпізнавати маніпулятивні прийоми і зменшувати їхній негативний вплив на свої емоції та поведінку [28].

За словами О. Бойко, діагностика маніпулятивного впливу повинна включати такі етапи:

- виявлення ознак маніпуляції;
- визначення соціотипу маніпулятора, що дає можливість прогнозувати характер і динаміку маніпуляцій, враховуючи особливості маніпулятора;
- з'ясування ролі (Батько, Дорослий, Дитина), яку маніпулятор обирає в процесі комунікації;
- виявлення об'єктів маніпуляції;
- дослідження моделі маніпулятивної дії [29].

Коли маніпулювання виявлено, можна вибрати найбільш ефективний метод захисту. Психологи визначають три рівні організації психологічного захисту:

- соціальний (на рівні всього суспільства);
- соціально-груповий (в межах різних груп і організацій);
- індивідуально-особистісний.

На першому рівні захист здійснюється шляхом регулювання та організації інформаційних потоків, де суспільство та держава виступають як суб'єкти захисту, впливаючи через свої соціальні інститути.

На другому рівні психологічний захист забезпечується через використання внутрішніх інформаційних потоків і ресурсів, характерних для певних соціальних груп та організацій, а також через специфічні методи соціальної взаємодії. Суб'єктами захисту в цьому випадку є сім'я, трудові колективи, громадські, політичні, релігійні та інші об'єднання та організації.

На індивідуально-особистісному рівні психологічна безпека досягається за допомогою механізмів особистісного психологічного захисту, які можуть бути як свідомими, так і неусвідомленими. Неусвідомлений захист включає активацію психічних захисних механізмів, що сприяють зменшенню або усуненню негативних переживань, які можуть завдати шкоди особистості чи її самооцінці.

Захисні механізми психіки функціонують на підсвідомому рівні, тому людина не завжди усвідомлює причини, мотиви, цілі або навіть сам факт своєї

захисної реакції на певне явище чи об'єкт. Це може призвести до спотворення сприйняття реальності [29].

Основним елементом свідомого захисту від маніпулювання є здатність виявити та розпізнати маніпуляції. Зазвичай застосування маніпулятивних технік можна помітити через зміни в ситуаціях взаємодії, такі як відчуття тиску, брак часу для прийняття важливого рішення, обмеження тем для обговорення, постійне використання однакових фраз або регулярне повернення до однієї теми. Також важливими ознаками є зміни в поведінці маніпулятора, наприклад, емоційний дисбаланс, незвичайні реакції, повторюваність або різкі емоційні сплески [29, с. 395–399].

Ефективність психологічного захисту від маніпулювання свідомістю залежить не тільки від зовнішніх обставин, але й від наявності внутрішніх ресурсів у кожної людини для протидії маніпулятивним впливам. У ситуаціях політичної та соціальної нестабільності ключову роль відіграють індивідуальні особливості особистості.

Існує багато методів захисту від маніпулювання, і всі вони ґрунтуються на шести основних захисних установках: відхід, вигнання, блокування, управління, завмирання, ігнорування.

Відхід означає збільшення дистанції, припинення контактів і вихід із зони досяжності маніпулятора. Це може проявлятися у зміні теми розмови, перериванні бесіди або униканні спілкування з небажаними людьми.

Вигнання передбачає ще більшу відстань, видалення агресора з ситуації. Це може проявлятися у звільненні агресора, вигнанні з дому або в колючих зауваженнях і насмішках.

Блокування означає встановлення перешкод для впливу маніпулятора. Це може виражатися у повній самоізоляції або створенні бар'єрів, щоб уникнути впливу.

Управління полягає в контролі за впливом агресора, включаючи спроби підпорядкувати його. Це можуть бути скарги, підкупи, спроби маніпулювати чи провокувати бажану поведінку.

Завмирання включає контроль над інформацією про себе, її навмисне спотворення або обмеження. Зазвичай це виявляється у приховуванні своїх почуттів або обмані [30].

Ігнорування – це контроль над інформацією про агресора, спотворене сприйняття його чи його погроз. Це часто проявляється через стереотипізацію або пояснення маніпуляцій як позитивні наміри (наприклад, коли вважається, що агресор бажає добра).

Ці захисні методи можуть бути комбіновані в пари, що дає такі комбінації: **відхід – вигнання, блокування – управління, завмирання – ігнорування**. Кожна з цих пар має своє призначення. Перша пара сприяє створенню дистанції від агресора, друга – контролює потік впливу, а третя – працює з інформаційним потоком [30, с. 39 - 40].

Для ефективного протистояння маніпулюванню важливо дотримуватися кількох основних принципів:

1) чітко визначити свої життєві цілі та пріоритети, не піддаватися зовнішнім спокусам (гроші, статус тощо), що можуть відволікати від досягнення власних цілей;

2) закріпити свої життєві принципи. Лише сама людина має право їх змінювати, але не під впливом зовнішніх факторів або інших осіб;

3) регулярно аналізувати ситуації, задаючи собі питання: "Кому це вигідно?" Якщо відповідь "мені та моїм близьким" або "мені та іншим", тоді все в порядку; якщо інша, то є ризик маніпуляцій;

4) довіряти своєму внутрішньому чуттю;

5) якщо виникають підозри, що хтось намагається вплинути на ваше рішення, запитайте себе: чи справді є потреба в цьому рішенні?;

6) враховувати думки інших, але якщо вони суперечать вашим, розбирайтеся, хто є жертвою маніпуляцій — ви чи ваші опоненти;

7) постійно працювати над розширенням свідомості, ламаючи стереотипи за допомогою уяви;

8) читати, навчатися та поповнювати свої знання, але завжди критично оцінювати отриману інформацію;

9) не піддаватися масовим емоціям, таким як гнів або паніка;

10) критично ставитися до медіа, враховуючи, кому належить інформаційний ресурс та які інтереси він представляє;

11) оцінювати інформацію неемоційно, а критично.

Таким чином, найкращою профілактикою маніпуляцій є розвиток критичного мислення, здатність відстоювати свою позицію без порушення моральних прав інших, вміння конструктивно реагувати на критику та рішуче говорити «ні», коли це необхідно.

3.2 Інформаційна політика держави як засіб протидії маніпуляціям та впливу медіа на свідомість громадян

На сьогодні у світі, де інформація стала одним з найважливіших ресурсів, Україна не може залишатися осторонь. Ми повинні активно працювати над створенням позитивного іміджу на міжнародній арені та захистом свого інформаційного суверенітету. Для цього необхідно провести ретельний аналіз стану інформаційної сфери та розробити комплекс заходів щодо її розвитку [31].

Згідно статті 6 Закону України «Про Інформацію», державна інформаційна політика - це сукупність основних напрямів і способів діяльності держави з отримання, використання, поширення та зберігання інформації [32].

Державну інформаційну політику реалізують органи державної влади загальної компетенції, а також відповідні органи спеціалізованої компетенції.

Важливо зазначити, що ефективне і високоякісне здійснення інформаційної політики державою є ключовою умовою для забезпечення захисту інформаційного простору України та її національної безпеки.

В інформаційній сфері державна політика становить основу для забезпечення функціонування інформації, що включає реалізацію таких прав, як право на отримання; пошук; передачу і використання інформації. Зазначені права

закріплені в Загальній декларації прав людини та в Конституції України [32]. Одночасно інформаційна галузь є частиною стратегічних інтересів кожної країни, тому вона потребує особливої уваги та підвищеного контролю.

Ефективність управління національним інформаційним простором безпосередньо впливає на всі сфери життя держави, від політики та економіки до оборони. Якість цього управління визначається ступенем відповідності національного законодавства міжнародним стандартам та здатністю держави забезпечити гармонійне поєднання національних інтересів з глобальними трендами [31].

Державна інформаційна політика є фундаментальною концепцією, що пронизує усі сфери суспільного життя. Вона визначає правила гри в інформаційному просторі, забезпечуючи стабільність та передбачуваність. Ця політика стосується не лише внутрішніх питань, але й взаємодії з іноземними державами та міжнародними організаціями. Відповідальність за реалізацію державної інформаційної політики несуть найвищі органи державної влади [32].

Можна дійти висновку, що створення єдиного інформаційного простору в Україні є нагальною потребою, оскільки інформаційні війни стали невід'ємною частиною сучасних конфліктів.

На сьогоднішній день в Україні функціонує близько 800 телерадіостанцій, що свідчить про багатий вибір інформаційних джерел для українців, однак створює складні умови для регулювання медіа-ринку [31].

На даному етапі розвитку в Україні кількість інформаційних структур не є оптимальною, і це обумовлено рівнем фінансування та мотивацією журналістів. В Україні немає незалежних засобів масової інформації в традиційному розумінні цього терміну; вони функціонують в основному як інструменти влади, політичних партій, олігархічних груп та кланів. Більшість недержавних ЗМІ розвивалися завдяки технічній та професійній базі, створеній за державний рахунок у сферах радіо, видавництва та телебачення. На жаль, більшість суспільно-політичних ЗМІ в Україні є фінансово нестабільними. Виняток є ті, що отримують інвестиції від

українських олігархів та міжнародних магнатів, що дозволяє інвесторам впливати на програмну політику таких ЗМІ, що іноді суперечить інтересам держави [31].

Різниця в фінансуванні між державними та недержавними ЗМІ змушує перших використовувати медіа-маніпуляції для поліпшення фінансового становища та збільшення конкурентоспроможності на медіа-ринку. Історично склалося так, що при аналізі рівня свободи увага здебільшого зосереджена на політичних аспектах взаємовідносин у контексті «влада – суспільство – засоби масової інформації». Проте економічні умови діяльності ЗМІ часто відходять на другий план, хоча вони не менш важливі за політичні аспекти.

Справжня незалежність ЗМІ забезпечується не тільки свободою слова, але й фінансовою самостійністю, яка досягається за рахунок різноманітних джерел доходів [31].

Фінансова незалежність засобів масової інформації від держави сьогодні є не вигідною для самої держави, оскільки гроші є важливим інструментом для контролю над медіа.

Невирішеність проблеми фінансової незалежності ЗМІ призводить до низки негативних наслідків, які неможливо ігнорувати. По-перше, суспільно-політичні ЗМІ стають монопольно залежними від своїх власників, майже не орієнтуючись на потреби своєї аудиторії. Інформація буде поширюватися відповідно до інтересів засновників, а не до запитів громадян, що особливо помітно під час виборчих кампаній. По-друге, висока вартість видань обмежує доступ громадян до друкованих ЗМІ. По-третє, фактична неможливість залучення значних іноземних інвестицій у державні та невеликі недержавні телерадіоорганізації призводить до низького рівня програм, їх одноманітності, провінційності та політичної упередженості [31].

Сумарна дія всіх вищезгаданих факторів призводить до погіршення маніпуляційної ситуації у медіапросторі просторі України та ускладнить боротьбу державної інформаційної політики з медіа-маніпуляціями. В Україні склалася неприємна ситуація в інформаційному середовищі. Окремі сектори, такі як друковані ЗМІ, книговидавництво, бібліотечна, архівна та кінематографічна галузі, не

відповідають стандартам розвинутих країн і продовжують скорочуватися або навіть руйнуватися. Хоча в останні роки використання Інтернету в Україні зростає, це явище ще не досягло рівня передових країн, і розширення його використання в основному спостерігається в великих містах.

Також працівники державних ЗМІ України, включаючи телебачення та радіо, мають статус, рівний працівникам органів державної влади, що дає їм певні соціальні гарантії. Це створює обмеження у їхній роботі, зокрема щодо надання об'єктивної та неупередженої інформації про діяльність державних органів, перетворюючи журналістів та редакторів на функціонерів державних установ у медіапросторі [31].

Отже, можна зробити висновок, що до тих пір, поки українські ЗМІ не досягнуть міжнародних стандартів, а рівень державного контролю не знизиться, прогрес у розвитку інформаційного середовища в країні залишатиметься надзвичайно повільним. Це, в свою чергу, ускладнить процес впровадження саморегуляції та обмежить свободу медіа.

Попри складні політичні та економічні умови, вдалося зберегти основний технічний та творчий потенціал таких державних компаній, як Національна телекомпанія України, Національна радіокомпанія України та обласних і регіональних компаній, які підпорядковуються Державному комітету телебачення і радіомовлення України. Ці організації продовжують бути головними носіями державної політики в інформаційно-пропагандистській сфері, не лише інформуючи громадян про події, а й виконуючи важливу роль у зміцненні державних принципів у політичній, економічній, соціальній та духовній сферах [31].

Інформація, як один з найцінніших ресурсів сучасності, стала рушійною силою розвитку. Рівень розвитку інформаційного суспільства є ключовим показником прогресу країни, а інформаційна сфера є логічним продовженням попередніх індустріальних революцій, характеризуючись динамічними змінами та високими темпами зростання [33].

У сучасному світі інформація набула статусу стратегічного ресурсу. Тому держава посилює захист інформаційного простору та розробляє ефективну інформаційну політику, розуміючи її важливість для забезпечення національної безпеки.

Державна інформаційна політика, згідно з нормативно-правовими актами, спрямована на:

створення сучасного інформаційного простору: розвиток інформаційної інфраструктури, забезпечення вільного доступу до інформації, створення умов для розвитку інформаційних технологій;

підтримку медіасектору: розвиток незалежних ЗМІ, забезпечення громадян достовірною інформацією;

захист інформаційного суверенітету: зміцнення інформаційної безпеки, запобігання інформаційним загрозам, розвиток міжнародного співробітництва в інформаційній сфері [32].

Ключовим фактором у боротьбі з медіа-маніпуляціями є систематичне просування діяльності держави, її політичного курсу та формування патріотичних цінностей у громадян, зокрема через ЗМІ. Це, з одного боку, покращує ставлення населення до своєї країни, а з іншого – зменшує ефективність маніпуляцій з боку інших держав.

Прикладом є успішна кампанія Сполучених Штатів Америки, спрямована на формування позитивного ставлення американців до своєї держави. Результатом цієї кампанії стала впевненість громадян у тому, що їхня країна подбає про них у будь-якій частині світу та захистить їх, а також пошана до державних символів (прапор, статуя Свободи тощо) і виразний патріотизм. Ці досягнення не були отримані за один рік, але сьогодні вони є очевидними і незаперечними.

По-перше, свобода слова є одним із основних принципів демократії, і тут надважливу роль мають друковані ЗМІ, телерадіокомпанії та Інтернет. Проте розвиток незалежних ЗМІ обмежується такими факторами, як можливості ринку, високі податки, вартість паперу і послуг, недостатній рівень менеджменту та кваліфікації кадрів, а також адміністративне втручання.

По-друге, на цьому етапі необхідно підтримати державні ЗМІ, зокрема в плані матеріально-технічного та фінансового забезпечення розвитку і фінансування державних телерадіокомпаній та видавництв. Це дозволить їм конкурувати з комерційними засобами масової інформації, які за технічними характеристиками наближаються до світових стандартів [31].

По-третє, світове телебачення та радіомовлення зазнають глибокої трансформації, пов'язаної з розвитком нових технологій, які об'єднують різні інформаційні системи в єдиний глобальний простір.

Українська телерадіомережа, створена в середині минулого століття, морально застаріла та фізично зношена. Вона є надзвичайно витратною і неефективною, що значно гальмує розвиток вітчизняного телебачення і радіомовлення. Для того, щоб відповідати сучасним вимогам, необхідна масштабна модернізація всієї системи.

По-четверте, у передавальній техніці, що використовується, застосовуються електровакуумні прилади, які потребують регулярної заміни та мають високі енергетичні витрати. Сучасні тенденції в телебаченні вказують на те, що найбільш перспективними є передавачі з твердотільними підсилювачами, позбавленими цих недоліків. У техніці студійного та позастудійного обладнання обласних і регіональних телерадіокомпаній переважають застарілі аналогові формати запису, знімальна техніка 80-х років та освітлення на основі енергоємних ламп розжарювання. У той час як сучасне виробництво телевізійних програм використовує цифрові методи обробки сигналу, які дозволяють автоматизувати апаратно-студійні комплекси та забезпечують значно менші енергетичні витрати та витрати на обслуговування [31].

Розширення сфер використання української мови є одним із ключових завдань при формуванні національного інформаційного простору. Ефективність цієї роботи безпосередньо пов'язана з чіткою та послідовною державною інформаційною політикою, яка відображає політичну волю країни.

Хоча реалізація інформаційної політики в Україні стикається з певними викликами, важливо відзначити її позитивні результати. Збільшення обсягу

якісної інформації та розвиток інструментів її поширення свідчать про прогрес у цій сфері. Інформація перетворюється на важливий економічний ресурс, стимулюючи інновації та підвищуючи конкурентоспроможність нашої країни. Створення інформаційного сектору економіки сприяє розвитку глобального інформаційного ринку.

Основними напрямками державної політики в інформаційній сфері України є:

- забезпечення інформаційного суверенітету країни;
- активна участь ЗМІ у боротьбі з корупцією та зловживаннями службовим становищем;
- вдосконалення державного регулювання інформаційної сфери через створення нормативно-правових і економічних умов для розвитку національної інформаційної інфраструктури, впровадження новітніх технологій та наповнення як внутрішнього, так і міжнародного інформаційного простору достовірною інформацією про Україну;
- гарантування дотримання конституційного права громадян на свободу слова та доступ до інформації, запобігання втручанню органів влади в діяльність ЗМІ, а також унеможливлення дискримінації та переслідування журналістів за їх політичні переконання;
- вжиття заходів для захисту національного інформаційного простору та протидії монополізації інформаційної сфери України [31].

Сучасні інформаційні технології відіграють ключову роль у функціонуванні державних і суспільних інститутів. Якість та доступність інформаційних послуг, а також збереження інформаційних ресурсів є важливими складовими національної інформаційної інфраструктури, яка забезпечує ефективність роботи всіх сфер суспільного життя.

Створення ефективної інформаційної політики в Україні вимагає врахування сучасних реалій державотворення. Розвиток інформаційної сфери є важливим чинником формування нової політичної культури та забезпечення

інформаційної демократії. При цьому необхідно збалансувати право на свободу слова з необхідністю захисту національних інтересів.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що швидкий розвиток інформаційної сфери має прямий вплив на політичну, економічну, оборонну, соціокультурну та інші сфери життя держави. Це зумовлює необхідність створення правових засад для управління та захисту інформаційних ресурсів, а також формування збалансованої інформаційної інфраструктури, тобто інформаційної політики країни. Розробка такої політики є одним із основних завдань держави. Метою державної інформаційної політики є забезпечення умов для вільного доступу громадян до інформації та її використання відповідно до їх конституційних прав. Крім того, вона має сприяти формуванню національного інформаційного простору, інтеграції України в глобальний інформаційний простір і розвитку демократично орієнтованої свідомості.

Основна мета державної інформаційної політики полягає у створенні умов для формування, розвитку та ефективного використання національних інформаційних ресурсів. Це передбачає розробку відповідних економічних, правових, соціальних та організаційних механізмів.

Стратегію формування державної інформаційної політики можна розділити на кілька етапів.

Перший етап є стратегічним і включає створення нормативно-правової та законодавчої бази для управління національними інформаційними ресурсами України. На цьому етапі визначаються національні інтереси та пріоритети в інформаційній сфері, розробляються правові основи для розвитку та управління національними інформаційними системами. Окреслюються функції та відповідальність організацій, які сприяють досягненню стратегічних цілей, а також встановлюються організаційні, фінансові та кадрові засади для ефективного управління.

Другий етап — організаційно-нормативний. Він передбачає реалізацію нормативно-правових актів, контроль за формуванням, захистом та поширенням інформаційних ресурсів. На цьому етапі центральні органи влади забезпечують

організаційне та методичне виконання законодавчих актів і рішень вищих органів державної влади, контролюючи процеси використання та захисту інформаційних ресурсів.

Третій етап є виконавчим. На ньому здійснюється контроль за дотриманням нормативно-правових актів і забезпеченням належного порядку в процесах формування, поширення та використання інформаційних ресурсів.

З огляду на це, сьогодні необхідно активно впроваджувати концептуальні засади інформаційної політики в політичну, соціальну та економічну сфери України, а також у програми інформаційного розвитку. Це важливо для того, щоб національний інформаційний простір відповідав вимогам сучасних держав, які прагнуть до інформаційного суспільства. Інформаційна політика є невід'ємною частиною як внутрішньополітичних завдань держави, так і її зовнішньої політики.

Розвинута та стабільна інформаційна політика сприятиме зменшенню впливу інших країн на український інформаційний простір і знизить рівень маніпуляцій у ЗМІ. Зокрема, в умовах інформаційної війни з РФ, Україні надзвичайно важливо зміцнити свої інформаційні позиції. Мета такої війни полягає в ослабленні моральних та матеріальних сил противника, водночас зміцнюючи свої власні сили. Вона передбачає вплив на свідомість людей у психологічній та ідеологічній сферах, і наслідки інформаційних війн можуть бути не менш значними, а іноді навіть важчими, ніж наслідки збройних конфліктів [31].

У зв'язку зі зростанням значення інформації як ресурсу, боротьба за її контроль стає цілком закономірною. Інформаційна війна сприймає інформацію як самостійний об'єкт або потужну зброю, здатну приносити вигоду. Це новий тип конфлікту, який розгортається в інформаційному просторі.

Інформаційна війна – це атака на інформаційну сферу, яка може здійснюватися різними засобами. Стратегічні інформаційні війни використовують методи, що не завдають фізичної шкоди, але можуть спровокувати реальні військові дії.

Основні завдання інформаційної війни включають:

- 1) створення атмосфери бездуховності та негативного ставлення до культури та історичної спадщини у суспільстві супротивника;
- 2) маніпулювання громадською думкою і політичною орієнтацією населення для створення політичного напруження та наближення до хаосу;
- 3) дестабілізація політичних відносин, розпалення конфліктів між партіями та рухами, посилення недовіри та ворожнечі, боротьба за владу;
- 4) провокування соціальних, політичних, національних і релігійних конфліктів;
- 5) провокація репресивних дій влади щодо опозиції;
- 6) зниження ефективності інформаційного забезпечення органів влади, спричинення помилкових управлінських рішень;
- 7) створення оманливого уявлення про роботу державних органів влади, дискредитація їх діяльності;
- 8) ініціювання страйків, заворушень та інших протестних акцій;
- 9) підрив міжнародного авторитету держави та її співпраці з іншими країнами;
- 10) посилення опозиційних угруповань та рухів;
- 11) дискредитація фактів історичної та національної самобутності, зміна цінностей, що визначають спосіб життя і світогляд людей;
- 12) заниження значення світових досягнень у науці та техніці, перебільшення недоліків і наслідків хибних урядових рішень;
- 13) нормування умов для економічної, духовної чи військової поразки, втрати волі до боротьби та перемоги;
- 14) презентація власного способу життя як зразка для наслідування іншими народами;
- 15) підрив морального духу населення, що знижує обороноздатність і бойовий потенціал;
- 16) проведення іншого деструктивного ідеологічного впливу;

17) нанесення шкоди безпеці інформаційно-технічної інфраструктури, зокрема програмного забезпечення та засобів захисту від несанкціонованого витоку інформації;

18) захист від інших форм деструктивного інформаційно-психологічного та інформаційно-технічного впливу [31].

Для ефективного протистояння інформаційній агресії Україні необхідно розробити стратегію, яка поєднуватиме оборонні та наступальні заходи. Оборонна складова має охоплювати захист населення, інфраструктури та інформаційного простору, а також співпрацю з іншими країнами. Важливим аспектом є підготовка ЗМІ та громадськості до протидії інформаційним атакам.

Дії держави в цих умовах можна поділити на три рівні:

1) геополітичний рівень — вплив на інформаційного агресора, обмеження інтенсивності та сили його атак;

2) захист цілісності і функціональності управлінських систем, інформаційної інфраструктури та інформаційних ресурсів;

3) громадський рівень — забезпечення стабільності суспільно-політичних відносин і свідомості громадян.

Інструменти інформаційної політики першого рівня повинні включати: 1) залучення міжнародної спільноти та світової громадської думки для ідентифікації агресора і оцінки його руйнівних дій; 2) інформування світової спільноти про ворожі атаки та поточну ситуацію в країні; 3) посилення контрпропаганди, підтримка національного інформаційного простору, створення оперативних інформаційних центрів; 4) введення заборони на використання ЗМІ, що належать агресору, на території країни для запобігання їх негативному впливу на громадян; 5) підтримка стабільного іміджу України, підкреслення її стабільності як держави; 6) співпраця з міжнародними організаціями для протидії кібератакам та інформаційним загрозам.

Другий рівень політики є більш широким і охоплює державне управління та національну інформаційну інфраструктуру, обороноздатність країни, її

здатність протистояти агресії та зберігати інформаційну, територіальну, економічну, соціальну і культурну цілісність.

Основні механізми цього рівня включають: 1) створення координаційного органу для управління інформаційною безпекою та політикою, організацію ефективної вертикальної системи управління; 2) підготовку фахівців у галузі інформаційної війни та реалізацію інформаційної стратегії держави; 3) навчання державних службовців принципам захисту інформації, інформаційній грамотності та психологічному захисту; 4) створення органу для боротьби з кіберзагрозами та хакерськими атаками; 5) контроль над внутрішніми інформаційними полями та аналіз зовнішніх загроз, вдосконалення моніторингу інформації і законодавчої бази; 6) створення науково-інформаційного центру для обробки новин та аналізу інформаційних загроз; 7) підвищення юридичної відповідальності ЗМІ за поширення деструктивної інформації; 8) психологічний захист військового командування та армії від пропагандистської деморалізації.

Третій рівень, рівень громадськості, спрямований на підтримку стабільності суспільно-політичного розвитку та психологічної безпеки громадян. Механізми цього рівня включають: 1) інформування громадян про інформаційну небезпеку та інформаційну зброю, як технічну, так і психологічну; 2) розвиток незалежних соціальних медіа; 3) залучення віртуальних громадських об'єднань та ЗМІ до захисту національного інформаційного простору; 4) захист духовного потенціалу суспільства від чужих ідеологій і підвищення стійкості свідомості молоді; 5) посилення ідеології єдності та солідарності через створення соціальних роликів і реклами для психологічного захисту громадян [31].

Важливо зазначити, що для ефективного протистояння інформаційній війні необхідно регулярно вживати заходи протидії. Мас-медіа відіграють центральну роль у цьому процесі, оскільки вони формують громадську думку через висвітлення певних аспектів конфлікту і акцент на конкретних подіях. Саме ставлення ЗМІ до подій, їхній інтерес та об'єктивність значною мірою визначають розвиток конфлікту, дозволяючи або посилити його, або ж швидко згладити серйозну проблему.

Громадськість, активні учасники з інтернет-спільнот, також відіграють важливу роль у протидії інформаційній агресії, надаючи альтернативну точку зору на події, що нав'язуються суспільству ззовні. Досвід Грузії та сучасна практика України показують, що створення проукраїнських і викриваючих ресурсів в Інтернеті, як-от сайт «Миротворець», є ефективним методом боротьби з інформаційно-психологічною агресією.

Один із головних центрів протидії інформаційно-психологічній агресії з боку РФ в Україні – Міністерство інформаційної політики. Це відомство відповідає за організацію моніторингу ЗМІ, виявлення забороненої інформації, зокрема українських та російських інтернет-ресурсів. На рівні медіа-ринку це не лише про правове регулювання, але й про проведення люстраційної політики серед власників медіа-ресурсів, з метою зменшення впливу проросійських олігархів на українські ЗМІ.

Необхідно активно працювати над покращенням іміджу України та підвищенням її престижу на міжнародній арені через удосконалення бренду країни. Важливо значно поліпшити якість та збільшити обсяги видавничої продукції, сприяти створенню цікавих телепрограм і розвитку українського кінематографа. Окрім того, потрібно підтримувати розвиток громадського медіа-сектору як неупередженого та об'єктивного джерела інформації, що надає правдиві та повні відомості споживачам. Також слід стимулювати діяльність громадських організацій, які можуть бути залучені до інформаційно-психологічних операцій та оперативного інформування. Це має доповнювати ефективну співпрацю з проукраїнськими інтернет-спільнотами.

Боротьба за інформаційний вплив в Україні є так само важливою, як і політичні, безпекові чи економічні питання. Подальший розвиток цієї теми має важливе значення для Європи. Коли мова йде про інтеграцію України в європейський інформаційний простір, необхідно зазначити, що для Заходу Україна повинна бути відкритою і зрозумілою, але без посередників. Впровадження таких заходів зробить Україну більш привабливою для міжнародного співтовариства. Інформаційна привабливість країни сприятиме

створенню сучасних умов для роботи як національних, так і іноземних ЗМІ, забезпечуючи стабільність державного інформаційного курсу України, який не змінюватиметься під впливом політичних чи інших змін. Лише за таких умов Україна зможе зберегти власний інформаційний простір і свою інформаційну ідентичність.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі здійснено аналіз теоретичних засад та визначення напрямів удосконалення організаційного і правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість на основі вітчизняного і зарубіжного досвіду. Отримані в процесі дослідження результати дають підстави для формулювання низки узагальнюючих висновків.

1. Вплив інтернет-медіа на свідомість громадян — це формування думок, переконань і поведінки через інформацію, поширену цифровими платформами (новини, соціальні мережі тощо). Він базується на швидкості передачі інформації, персоналізації контенту та емоційному впливі, що може як інформувати, так і маніпулювати свідомістю. Основною проблемою такого впливу, на нашу думку, полягає в тому, що засоби масової інформації часто використовуються як інструмент впливу на суспільну свідомість, відволікаючи увагу людей від важливих політичних і економічних питань. Це досягається шляхом постійного заповнення інформаційного простору другорядними новинами. Інколи вони штучно створюють проблему чи ситуацію, яка викликає заплановану реакцію громадян, змушуючи їх діяти у спосіб, вигідний правлячим колам або певним зацікавленим сторонам.

2. Досліджено особливості правового регулювання інтернет-медіа в Україні та світі. Встановлено, що правове регулювання інтернет-медіа в Україні полягає в спрямованості державної політики нашої країни на європейське законодавство. Так, на сьогодні, правовідносини у сфері медіа регулює новоприйнятий Закон України «Про медіа», який встановлює чітку систему контролю та відповідальності для суб'єктів онлайн-медіа, спрямовану на дотримання прозорості, законності та мовних норм.

Глобальне поширення соціальних мереж створило значні виклики для державного регулювання. Країни світу досі не знайшли єдиного підходу до управління цими платформами. Деякі країни намагаються ігнорувати цю

проблему, інші прагнуть встановити жорсткий контроль. Однак, транснаціональний характер соціальних мереж робить будь-які спроби регулювання неефективними. Компанії, що створюють ці платформи, мають значну свободу дій і можуть легко обходити національні закони. Це призводить до того, що боротьба з негативними явищами, такими як фейкові новини та мова ненависті, стає малоефективною.

На сьогодні, більшість зарубіжних країн відмовилася від створення окремих законів про Інтернет. Наприклад, у США та Франції суди визнали, що спроби створити універсальний закон для такої динамічної мережі, як Інтернет, можуть більше шкодити, ніж допомагати.

У країнах Європи та Північної Америки регулювання інтернету базується на розширенні дії традиційних законів і повноважень органів, створених для їхнього виконання. Це означає, що організації, які контролюють дотримання законодавства, наприклад, у сфері телебачення та радіо, також здійснюють нагляд за діяльністю в інтернеті. Порушення законодавства авторами сайтів веде до судових процесів і накладення санкцій відповідно до чинних норм.

Основна різниця між європейськими країнами полягає в підходах до регулювання інтернету. У державах з англосаксонською правовою системою це відбувається шляхом застосування судової практики, натомість у країнах континентального права — через адаптацію чинного законодавства до нових реалій.

3. Виявлено обмеження та особливості роботи медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України. Показано, що робота медіа в умовах збройної агресії російської федерації проти України має специфічні обмеження, встановлені нормативно-правовими актами, та особливості, спрямовані на забезпечення безпеки, національної інформаційної стійкості та протидії пропаганді. Робота медіа в Україні в умовах війни потребує високого рівня професіоналізму, відповідальності та готовності до швидкої адаптації в надзвичайних умовах.

4. Узагальнено причини посилення впливу інтернет-медіа на свідомість

громадян в Україні та світі. Стверджується, що посилення впливу інтернет-медіа на свідомість громадян зумовлено багатьма причинами, які можна класифікувати за кількома основними групами: *технологічними, соціальними, економічними, культурними та політичними*.

Технологічні причини характеризуються: швидким доступом до інформації. Інтернет-медіа дозволяють миттєво отримувати інформацію з будь-якої точки світу, що робить їх привабливішими за традиційні джерела; розвиненістю соціальних мереж. Платформи, такі як Facebook, Instagram, TikTok і Twitter, стали основними джерелами інформації для багатьох громадян; наявністю алгоритмів персоналізації. Інтернет-медіа використовують алгоритми, що формують інформаційну бульбашку, підлаштовуючи контент під уподобання користувача, чим посилюють вплив на свідомість; мобільністю. Завдяки смартфонам та мобільним додаткам, люди отримують доступ до інформації практично без обмежень.

Соціальні причини характеризуються зростанням цифрової грамотності. Все більше людей мають навички використання інтернету, що підвищує їх залученість до онлайн-медіа; інтерактивністю. Інтернет дозволяє користувачам не лише споживати інформацію, але й створювати контент, брати участь у дискусіях та впливати на громадську думку; значним впливом блогерів та лідерів думок. Лідери думок мають велику аудиторію в інтернеті, формуючи її переконання та поведінку; глобалізацією. Інтернет-медіа стирають кордони, забезпечуючи доступ до різноманітної інформації з усього світу.

Економічні причини характеризуються низькою вартістю доступу; монетизацією контенту; конкуренцією за увагу.

Культурні причини характеризуються: зміною способів споживання інформації; мовним різноманіттям; присутністю такого явища як культура миттєвості.

Для політичних причин характерні: присутність пропаганди та маніпуляцій; свобода висловлювання; велика кількість дезінформації та активне ведення інформаційних війн.

Український контекст характеризується: війною та кризою; розвитком цифрової держави; геополітичним вибором.

Таким чином, посилення впливу інтернет-медіа є наслідком глобальних трендів і локальних факторів. Їхній вплив на свідомість громадян продовжує зростати, формуючи як позитивні, так і негативні наслідки.

5. Визначено базові підходи та інструменти протидії впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян. Доведено, що ефективність психологічного захисту від маніпулювання свідомістю залежить не тільки від зовнішніх обставин, але й від наявності внутрішніх ресурсів у кожної людини для протидії маніпулятивним впливам. У ситуаціях політичної та соціальної нестабільності ключову роль відіграють індивідуальні особливості особистості. Існує багато методів захисту від маніпулювання, і всі вони ґрунтуються на шести основних захисних установках: *відхід* (збільшення дистанції, припинення контактів і вихід із зони досяжності маніпулятора. Це може проявлятися у зміні теми розмови, перериванні бесіди або униканні спілкування з небажаними людьми); *вигнання* (передбачає ще більшу відстань, видалення агресора з ситуації. Це може проявлятися у звільненні агресора, вигнанні з дому або в колючих зауваженнях і насмішках); *блокування* (встановлення перешкод для впливу маніпулятора. Це може виражатися у повній самоізоляції або створенні бар'єрів, щоб уникнути впливу); *управління* (полягає в контролі за впливом агресора, включаючи спроби підпорядкувати його. Це можуть бути скарги, підкупи, спроби маніпулювати чи провокувати бажану поведінку); *завмирання* (включає контроль над інформацією про себе, її навмисне спотворення або обмеження. Зазвичай це виявляється у приховуванні своїх почуттів або обмані); *ігнорування* (контроль над інформацією про агресора, спотворене сприйняття його чи його погроз).

Ці захисні методи можуть бути комбіновані в пари, що дає такі комбінації: *відхід – вигнання*, *блокування – управління*, *завмирання – ігнорування*. Кожна з цих пар має своє призначення. Перша пара сприяє створенню дистанції від агресора, друга – контролює потік впливу, а третя – працює з інформаційним потоком.

Також слід пам'ятати, що для ефективного протистояння маніпулюванню важливо дотримуватися кількох основних *принципів*: чітко визначити свої життєві цілі та пріоритети, не піддаватися зовнішнім спокусам (гроші, статус тощо), що можуть відволікати від досягнення власних цілей; закріпити свої життєві принципи; довіряти своєму внутрішньому чуттю; постійно працювати над розширенням свідомості, ламаючи стереотипи за допомогою уяви; читати, навчатися та поповнювати свої знання, але завжди критично оцінювати отриману інформацію; не піддаватися масовим емоціям; критично ставитися до медіа, враховуючи, кому належить інформаційний ресурс та які інтереси він представляє; оцінювати інформацію не емоційно, а критично.

Таким чином, найкращою профілактикою маніпуляцій є розвиток критичного мислення, здатність відстоювати свою позицію без порушення моральних прав інших, вміння конструктивно реагувати на критику та рішуче говорити «ні», коли це необхідно;

6. Запропоновано заходи з удосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа в Україні на масову свідомість. Ефективна реалізація державної інформаційної політики є ключовою умовою для забезпечення захисту інформаційного простору України та її національної безпеки. Вироблення ефективної інформаційної політики в Україні вимагає врахування сучасних реалій державотворення. Розвиток інформаційної сфери є важливим чинником формування нової політичної культури та забезпечення інформаційної демократії. При цьому необхідно збалансувати право на свободу слова з необхідністю захисту національних інтересів.

Заходами з удосконалення організаційного та правового забезпечення протидії впливу інтернет-медіа в Україні на масову свідомість визначено:

організаційні заходи: 1) створення державних і незалежних моніторингових центрів (запровадження постійного моніторингу контенту інтернет-медіа для виявлення дезінформації, пропаганди та фейкових новин; забезпечення оперативної реакції на інформаційні атаки); 2) підвищення співпраці між державою, громадським сектором і бізнесом (забезпечення взаємодії між

владою, соціальними мережами та незалежними медійними організаціями для видалення шкідливого контенту; розроблення прозорих процедур реагування на випадки поширення шкідливої інформації); 3) розвиток національних платформ (інвестування у створення українських соціальних мереж та онлайн-майданчиків, які слугуватимуть альтернативою іноземним платформам; сприяння у підтримці українських контент-мейкерів для популяризації якісного вітчизняного контенту);

правове забезпечення: 1) удосконалення законодавства (оновлення Закону України «Про інформацію» з акцентом на регулювання онлайн-контенту, зокрема щодо боротьби з фейками та пропагандою; введення жорсткіших санкцій за свідоме поширення дезінформації або підривної інформації); 2) розробка правил для інтернет-платформ (зобов'язання міжнародних платформ (Google, Facebook, YouTube) видаляти фейковий або пропагандистський контент на вимогу українських органів; створення системи обов'язкової ідентифікації користувачів у випадках поширення масової дезінформації) 3) регулювання діяльності блогерів та лідерів думок (запровадження механізму прозорого декларування джерел доходу блогерів, які впливають на масову свідомість; контролювання відповідальності блогерів за поширення недостовірної інформації);

освітні заходи: 1) підвищення медіаграмотності населення (впровадження навчальних програм з медіаграмотності у школах, університетах та на курсах для дорослих; проведення просвітницькі кампанії, які навчають громадян розпізнавати маніпуляції, фейки та пропаганду); 2) освіта для журналістів (організація тренінгів для медійників, спрямованих на етичну журналістику, фактчекінг та відповідальне висвітлення подій; забезпечення стандартів роботи, які запобігають маніпулятивному впливу на аудиторію);

технологічні заходи: 1) використання штучного інтелекту (розроблення системи на базі ШІ для автоматичного аналізу великих обсягів онлайн-контенту та виявлення дезінформації; впровадження програми для фільтрації пропагандистських матеріалів); 2) захист від кібератак (підсилення кібербезпеки державних інформаційних систем та ключових медіа; регулярне проведення аудиту і модернізація інформаційної інфраструктури; 3) прозорість алгоритмів

(визначення обов'язку для інтернет-платформи надавати інформацію про принципи роботи їхніх алгоритмів, щоб зменшити вплив «інформаційних бульбашок»;

міжнародне співробітництво: 1) участь у міжнародних ініціативах (взяття активної участі у глобальних програмах боротьби з дезінформацією та пропагандою; співпраця з міжнародними організаціями, такими як НАТО, ЄС чи ООН, для обміну досвідом і технологіями); 2) Співробітництво з технологічними компаніями (залучення підтримки провідних технологічних компаній у блокуванні шкідливого контенту, зокрема російської пропаганди).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєва К. О. Правове врегулювання діяльності Інтернет-ЗМІ. Наукові записки Ін-ту журналістики 22, 103-107.
2. Закон України від 13 грудня 2022 р. «Про медіа» // Відомості Верховної Ради України. – 2023. – № 47-50. – Ст. 124.
3. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3634995-zodne-media-ne-bude-pozbavleno-licenzii-bez-risenna-sudu-poturaev.html> (дата звернення: 17.11.2024).
4. О. Гуменюк, ГО «Заборона Медіа». URL: <https://zaborona.com/verhovna-rada-uhvalyla-zakon-pro-media-teper-vlada-mozhe-nakladaty-sankcziyi-na-zmi/> (дата звернення: 17.11.2024).
5. Закон України від 25 квітня 2019 р. «Про забезпечення функціонування української мови як державної» // Голос України. – 2019. – № 19.
6. Р. Головенко, ГО «Детектор медіа» URL: <https://detector.media/infospace/article/206006/2022-12-15-analiz-bazovykh-polozhen-zakonu-pro-media-shchodo-onlayn-media/> (дата звернення: 17.11.2024).
7. Закон України від 12 травня 2015 р. «Про правовий режим воєнного стану» // Голос України. – 2015. – № 101.
8. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану: наказ Головнокомандувача Збройних Сил України від 03 березня 2022 року № 73 (із змінами і доповненнями, внесеними наказом Головнокомандувача Збройних Сил України від 12 липня 2022 року № 196) // Міністерство оборони України. – 2022. – № 73.
9. Указ Президента України від 19 березня 2022 року № 151/2022 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року

«Про нейтралізацію загроз інформаційній безпеці держави» // Урядовий кур'єр. – 2022. – № 62.

10. Указ Президента України від 19 березня 2022 року № 152/2022 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану» // Урядовий кур'єр – 2022. – № 62.

11. Закон України від 01 квітня 2022 р. «Про внесення змін до статті 114² Кримінального кодексу України щодо удосконалення відповідальності за несанкціоноване розповсюдження інформації про засоби протидії збройній агресії Російської Федерації» // Голос України. – 2022. – № 84.

12. Закон України від 03 березня 2022 р.. «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за колабораційну діяльність» // Голос України. – 2022. – № 56.

13. Закон України від 08 липня 2022 р. «Про внесення змін до деяких законів України щодо надання додаткових гарантій захисту працівникам засобів масової інформації, які працюють у районах ведення воєнних (бойових) дій та/або на тимчасово окупованих територіях України» // Голос України. – 2022. – № 157.

14. ГО «Детектор медіа» URL: <https://detector.media/infospace/article/203615/2022-10-11-yaki-obmezhennya-ta-osoblyvosti-roboty-media-diyut-v-ukraini-pid-chas-velykoi-viyny/> (дата звернення: 17.11.2024).

15. Захист прав інтелектуальної власності: досвід Сполучених Штатів Америки: 3б. документів, матеріалів, статей // За заг. ред. О. Святоцького. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2003. – 368 с.

16. Правдиченко А. Регулювати не можна ігнорувати: що відбувається у Європі із законодавчим регулюванням онлайн-медіа. 2021. URL: <https://dslua.org/publications/rehuliuvaty-ne-mozhna-ihnoruvaty-shcho-vidbuvaietsia-u-yevropi-iz-zakonodavchym-rehuliuvanniam-onlayn-media/> (дата звернення 17.11.2024).

17. Leavitt K. Uploads to social media could be regulated under proposed changes to Canada's broadcasting law. Toronto star.2021. URL: <https://www.thestar.com/politics/federal/2021/04/26/uploads-to-social-media-could-be-regulated-under-proposed-changes-to-canadasbroadcasting-law.html> (Accessed: 17.11.2024).

18. Samples J. Why the Government Should Not Regulate Content Moderation of Social Media. 2019. URL: <https://www.cato.org/policyanalysis/why-government-should-not-regulate-content-moderation-social-media> (Accessed: 17.11.2024).

19. Рассохіна А. М. Особливості правового регулювання онлайн-медіа: зарубіжний досвід. Юридичний науковий електронний журнал. № 10/2021 – С. 612 – 615.

20. 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.

21. Кормич Б. А. Інформаційне право : підручник / Б. А. Кормич ; МОНМС України. – Х. : Бурун і К, 2011. – 333 с.

22. Губерський Л. Філософія : навчальний посібник для студентів і аспірантів вищих навчальних Закладів / Л. Губерський, І. Надольний (ред.). – 5. вид., стер. – К. :Вікар. – 2005. – 457 с.

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

24. Гриценко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект) : автореф. дис. на Здобуття наук. ступеня д-ра політ. наук : спец. 23.00.03 «політична культура та ідеологія» / О. М. Гриценко. – Київ, 2003.– 27 с.

25. Терлибовка А. М. Роль Засобів масової інформації в маніпулюванні громадською думкою / А. М. Терлибовка. URL: <http://istfak.org.ua/tendentsii->

rozvytku-suchasnoi-systemy-mizhnarodnykh-vidnosyn-ta-svitovoho-politychnoho-protsehu/188-transformatsiia-politychnykh-system-derzhav-svitu-v-konteksti-hlobalizatsii /378 (дата звернення: 17.11.2024).

26. Кравчук В.М. Вплив ЗМІ на формування громадянської свідомості/ В.М.Кравчук, О.А.Дмитрусь// Юридичний науковий електронний журнал. Видання юридичного факультету ДВНЗ «Запорізький національний університет. – № 6. – 2015. – С. 16-19.

27. Проблеми впливу засобів масової інформації на дітей та підлітків. Рекомендації Американської академії педіатрії (2011 р.) // Дитячий лікар. – 2011. – № 4(11). – С. 96 – 101.

28. Туренко О. С. Страх: спроба філософського усвідомлення феномена. Київ: Парапан, 2006. 216 с.

29. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання. Київ: Академвидав, 2004. 208 с.

30. Присяжнюк М. М. Психологічний захист від маніпулятивного впливу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: військово-спеціальні науки. 2010. Вип. 24 – 25. с. 39 – 43.

31. Джердж С. Ф. Інституціоналізація інформаційної політики України в сфері Євроатлантичного співробітництва : дис. канд. політ. наук : 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Сергій Федорович Джердж К., 2011. 218 с.

32. Закон України від 2 жовтня 1992 р. «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.

33. Лойко В. В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. Вісник Житомирського державного університету. 2011. № 57. С. 179 – 181.

н а у к о в е в и д а н н я

ЗБІРНИК ТЕЗ
III Міжнародної науково-практичної конференції

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА
ТА УПРАВЛІННЯ
СТРАТЕГІЧНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ
В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

POLITYKA PUBLICZNA
I ZARZĄDZANIE KOMUNIKACJĄ STRATEGICZNĄ
W WARUNKACH KRYZYSOWYCH

PUBLIC POLICY AND STRATEGIC COMMUNICATION
MANAGEMENT IN CRISIS CONDITIONS

23 жовтня 2024 року

Авторська редакція

Упорядник та виготовлювач
ГО «ОФІС ЦИФРОВОГО ВРЯДУВАННЯ»
digital.gov.office@gmail.com

Підписано до друку 30.10.2024. Формат 60x84 /16. Папір офісний. Гарнітура TimesNewRoman
Спосіб друку цифровий. Ум. друк. арк. 14.18 Наклад 300



Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
Факультет економіки та управління



Вроцлавський Університет
Факультет права, управління та економіки
Інститут адміністративних наук

ЗБІРНИК ТЕЗ
III Міжнародної науково-практичної конференції

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА
ТА УПРАВЛІННЯ
СТРАТЕГІЧНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ
В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

POLITYKA PUBLICZNA I ZARZĄDZANIE KOMUNIKACJĄ
STRATEGICZNĄ W WARUNKACH KRYZYSOWYCH

PUBLIC POLICY AND STRATEGIC COMMUNICATION
MANAGEMENT IN CRISIS CONDITIONS

23 жовтня 2024 року

«ОФІС ЦІФРОВОГО ВРЯДУВАННЯ»

Київ–Вроцлав

УДК 621:351/354

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Факультету економіки та управління КНЕУ імені Вадима Гетьмана
протокол №4 від 21.11.2024*

Тези публікуються в авторській редакції.
Організаційний комітет залишає за собою право не поділяти думку авторів.

Державна політика та управління стратегічними комунікаціями в кризових умовах : Збірник тез III Міжнародної науково-практичної конференції. Київ-Вроцлав, 23 жовтня 2024 р. Київ : «ОФІС ЦІФРОВОГО ВРЯДУВАННЯ», 2024. 212 с.

Збірник тез укладено за підсумками досліджень, представлених на III Міжнародної науково-практичної конференції «**Державна політика та управління стратегічними комунікаціями в кризових умовах**» 23 жовтня 2024 року. Доповіді учасників презентують наукові результати щодо діяльності органів державної влади в кризових умовах, зокрема збройної агресії проти України задля подальшого розвитку спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування».

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Леонід АРСЕНОВИЧ	д.філософ. публ. упр. та адмін.
Віталій ГАВРИЛЯК	д.філософ. публ. упр. та адмін.
Сергій КВИТКА	д.держ.упр., проф.

УДК 621:351/354

© «ОФІС ЦИФРОВОГО ВРЯДУВАННЯ», 2024

Валерія БЕРЕЗОВСЬКА
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОВІД

Ще не так давно інтернет не міг розглядатися як загальнодоступний засіб спілкування, а отже, і не було нагальної потреби у правовому регулюванні цієї сфери. Однак, із приходом до мережі великої кількості користувачів, інтернет виявився зоною, виведеною з-під дії законодавчих норм. Основне призначення мережі – передавання даних – зробило її ідеальним інструментом для неконтрольованого авторами поширення інтелектуальних продуктів. Розвиток комп'ютерних технологій спричинив переосмислення основних принципів функціонування традиційних ЗМІ та виникнення нових видів засобів масової інформації – інтернет-видань.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що вона дозволить визначити проблеми, що існують в Україні у сфері діяльності інтернет-медіа, та дасть змогу встановити позитивні та негативні тенденції та віднайти можливі шляхи зменшення впливу інтернет-медіа на масову свідомість громадян.

Громадянське суспільство є сферою медіації між особою, громадськістю та державою, тому в першу чергу визначається наявністю механізмів, каналів їх ефективної взаємодії. Виходячи з цього, засоби масової інформації є одним з важливих інститутів громадянського суспільства, який репрезентує суспільну думку та впливає на її формування. Це засвідчує незаперечну актуальність даної проблеми сучасної загальнотеоретичної юриспруденції. Більш того, виняткова актуальність даної тематики визначається її важливістю для вироблення стратегії державотворчих і правотворчих процесів в Україні, що зумовлюють необхідність пошуку ефективних шляхів взаємодії та співпраці ЗМІ з іншими інститутами громадянського суспільства, політичними структурами, органами державної влади і місцевого самоврядування, впливу на формування індивідуальної правової позиції громадянина.

Мета і завдання дослідження.

Метою роботи є визначення стану впливу інтернет-медіа на масову свідомість, враховуючи український та зарубіжний досвід, та проблем, які він викликає.

Основними завданнями є:

– визначення соціальної обумовленості, актуальності, важливості, необхідності і стану дослідження та правового врегулювання діяльності інтернет-медіа в Україні, з'ясування конкретних проблем;

– встановлення проблем, які підіймали попередні дослідники діяльності інтернет-медіа, шляхи їх вирішення та які конкретно проблеми залишилися недослідженими;

– формування детальної характеристики найбільш небезпечних медіа-маніпуляцій взагалі та в контексті впливу на свідомість громадян зокрема;

– класифікація причин збільшення впливу інтернет-медіа у світі та в Україні, зокрема.

Об'єкт дослідження є діяльність інтернет-медіа та її вплив на масову свідомість.

Предмет дослідження є методи та засоби впливу інтернет-медіа на свідомість громадян та засоби протидії їм.

Методи дослідження. В даній роботі використовуються такі методи дослідження як: порівняння, узагальнення, аналіз та синтез та інші методи.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у можливості їх застосування для впровадження інформаційно-просвітницьких кампаній на тему медіаграмотності населення, включення окремих положень до освітніх компонентів з медіа аналітики, надання рекомендацій ЗМІ щодо зменшення кількості випадків застосування маніпуляцій у їх матеріалах.

Зростання аудиторії українських інтернет-ЗМІ підтверджують дані досліджень. Так, за результатами вивчення активності інтернет-медіа, що проводилися на замовлення Фонду інформаційного суспільства, середньомісячне збільшення медіатрафіку в українському сегменті інтернету становить 3–5 відсотків на місяць. Ці цифри є відображенням світової тенденції, що сьогодні спостерігається у більшості розвинутих країн.

Разом із позитивними наслідками такої активної інформатизації суспільства виникають і нові проблеми, що мають передусім правовий характер. Серед них особливо гостро постає питання авторсько-правових відносин у інтернет-виданнях, оскільки на 90 % комп'ютерні інформаційні ресурси складаються із інтелектуального продукту, що є переважно об'єктом авторського права. Цю проблему неодноразово розглядали у своїх працях А. Серго, В. Наумов, А. Данилюк, В. Монахов та інші дослідники [1].

У плані вироблення політики щодо соціальних мереж більшість держав світу діляться на такі два табори: (1) ті, хто готовий не помічати або ігнорувати діяльність соціальних мереж, і (2) ті, хто готовий остаточно виробити правила спілкування в соціальних мережах і контролювати весь контент, що в них опублікований. Однак одна з основних проблем із законодавством, що регулює соціальні медіа, полягає в тому, що платформи соціальних медіа є транснаціональними і глобальними компаніями. Вони виходять за межі країн, спільнот і районів, і сфера соціальних медіа подібна окремому світу.

Отже, замість того, щоби вводити жорстке законодавство проти компаній соціальних мереж, уряди повинні співпрацювати з ними, щоб знайти рішення, які влаштовують обидві сторони. Тому найкращим підходом буде

надання платформам соціальних мереж можливості саморегулювання з обмеженою кількістю законодавчих актів з боку урядів країн [2].

У сьогоднішньому світі масштаби маніпулювання вийшли далеко за рамки психології та використовуються у багатьох аспектах людського життя.

Саме тому одним з каналів для успішного здійснення маніпулятивного впливу зараз стали ЗМІ, зокрема, інтернет-медіа.

Сьогодні ЗМІ активно впливають на засвоєння людьми різного віку широкого різноманіття соціальних норм та формують у них фундаментальні орієнтації у сферах політики, економіки, здоров'я, права тощо.

ЗМІ наразі стали унікальною системою неформальної освіти та просвіти для населення. При цьому аудиторія ЗМІ засвоює в ході такої освіти доволі різнобічні, суперечливі, несистематизовані знання, відомості з різних питань суспільного та політичного життя.

Безпосередній маніпулятивний вплив в медіа здійснюється шляхом продукування та поширення медіа-маніпуляцій.

Маніпуляції в медіа можуть застосовуватися до текстів, виступів, аудіо-, відео-, фотоматеріалів. Причому такі матеріали можуть або частково викривляти реальність або бути спеціально створеними з метою маніпуляцій (deepfake). Зазвичай маніпулювання в медіа застосовують для зміни напряму активності аудиторії, її ідей, думок, поглядів тощо.

Британський бізнес-спікер та письменник С. Сінек у своїй книзі «Почни з ЧОМУ, або як відомі лідери надихають до дії кожного» пише: «Є два способи впливати на поведінку людей. Ви можете ними маніпулювати або ж надихати. Коли я кажу маніпулювати, то це не конче має негативні конотації; навпаки – це дуже поширена і доволі дієва тактика. Маніпуляція активно застосовується у всіх формах реалізації продукції та маркетингу. Зниження цін, проведення акцій, використання почуття страху, тиску середовища до сигналів, які породжують бажання купити якусь річ. Обіцянка того, що новинка покращить ваше життя – чи то покупка, чи голосування на виборах та підтримка певного кандидата. Коли в компанії немає чіткого розуміння того, чому їхні клієнти є саме їхніми клієнтами, вона мусить якомога частіше вдаватися до маніпулювань, щоб досягнути того, що їй потрібно. І на це є причина. Маніпуляції працюють» [1, с. 70]. Тобто С. Сінек вважає маніпуляцією будь-який вплив на людину з метою отримання власної вигоди.

Проте слід звернути увагу, що уміло маніпулюючи громадською свідомістю за допомогою різних методів, ЗМІ може не тільки створити й направляти розвиток культури, свідомості й поведінки суспільства, а й нав'язувати певну думку кожному соціальному прошарку суспільства і навіть кожній людині окремо. ЗМІ несе як позитивну, так і негативну інформацію, і їх вплив на громадськість сьогодні дуже великий.

Сучасний світ, населений різноманітними засобами масової інформації, надає нам необмежений доступ до різних джерел інформації. Ця інформація змінює наше сприйняття світу, впливає на наші переконання, емоції та рішення. Велика кількість інформації, яку ми щодня споживаємо, має значний вплив на нашу психіку і свідомість.

Масова інформація може викликати різні емоції та реакції у людини. Вона може стимулювати позитивні емоції, такі як радість, захоплення та надія. Однак, вплив ЗМІ також може призводити до виникнення негативних емоцій, таких як страх, обурення та злість. Ці емоції можуть впливати на наше сприйняття світу та формування думок та переконань.

Важливо розуміти, що вплив ЗМІ на формування думок та переконань є складним процесом. Це не лише питання передачі інформації, але й вплив на нашу свідомість, сприйняття та розуміння світу. Інформація, яку ми отримуємо від ЗМІ, може впливати на наші цінності, уявлення про себе та інших людей, а також наше ставлення до різних ситуацій.

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

ЗМІ у своєму арсеналі має багато засобів, за допомогою яких може здійснювати маніпулювання громадянською свідомістю, створювати «уявну реальність», тому надзвичайно важливим є вироблення системи заходів гарантування та забезпечення дотримання журналістами своїх нормативно закріплених обов'язків, зокрема обов'язку подавати для публікації об'єктивну і достовірну інформацію [4].

Список використаних джерел

1. Афанасьєва К. О. Правове врегулювання діяльності Інтернет-ЗМІ. Наукові записки Ін-ту журналістики 22, 103- 107.
2. Рассохіна А. М. Особливості правового регулювання онлайн-медіа: зарубіжний досвід. Юридичний науковий електронний журнал. № 10/2021 – С. 612 – 615.
3. Сінек С. «Почни з ЧОМУ, або як відомі лідери надихають до дії кожного». Київ, «Основи», 2015. 256 с.
4. Кравчук В.М. Вплив ЗМІ на формування громадянської свідомості/ В.М.Кравчук, О.А.Дмитрусь// Юридичний науковий електронний журнал. Видання юридичного факультету ДВНЗ «Запорізький національний університет. – № 6. – 2015. – С. 16-19.

БЕРЕЗОВСЬКА Валерія ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОВІД.....	68
БАХАТОВА Ірина ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В КРИЗОВИХ УМОВАХ	71
ГЛУХОВА Віта СТАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКИ ПРОМІСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	75
ГРОМОВА Вікторія СТЕПАНЕНКО Олексій ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	77
ЖАБКО Владислав ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІД ЧАС КРИЗ	81
ТУПЧІЙ Антон ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНИХ ПОСЛУГ	85
МИХАЙЛЮК Андрій ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	87
КАЧМАРСЬКА Олена МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ ЯК БАЗОВИЙ ІНСТИТУТ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ.....	90
ШЕВЧУК Наталія ПРІОРИТЕТИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	92
ЛІСОВЕЦЬ Марина, ЦИФРОВІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	94
СЕРДЮКОВ Олександр РЕІНЖІНІРІНГ ДЕРЖАВНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	96
КУЛІЩЬКА Яна ІМІДЖ КРАЇНИ ТА ПОЛІТИКА ВІДРОДЖЕННЯ У ФОРМУВАННІ НОВОЇ ДЕРЖАВНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ.....	99
ПИСЬМЕННА Олена ПИСЬМЕННИЙ Денис ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМАХ У ВОЄННИЙ ЧАС	102

н а у к о в е в и д а н н я

ЗБІРНИК ТЕЗ
III Міжнародної науково-практичної конференції

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА
ТА УПРАВЛІННЯ
СТРАТЕГІЧНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ
В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

POLITYKA PUBLICZNA
I ZARZĄDZANIE KOMUNIKACJĄ STRATEGICZNĄ
W WARUNKACH KRYZYSOWYCH

PUBLIC POLICY AND STRATEGIC COMMUNICATION
MANAGEMENT IN CRISIS CONDITIONS

23 жовтня 2024 року

Авторська редакція

Упорядник та виготовлювач
ГО «ОФІС ЦИФРОВОГО ВРЯДУВАННЯ»
digital.gov.office@gmail.com

Підписано до друку 30.10.2024. Формат 60x84/16. Папір офісний. Гарнітура TimesNewRoman
Спосіб друку цифровий. Ум. друк. арк. 14.18 Наклад 300