

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ІМУНІТЕТ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті досліджено проблему впливу інформації на людей.

Ключові слова: інформація, інформаційний імунітет, інформаційний вірус, медіаграмотність.

Abstract

The article examines the problem of the impact of information on people.

Keywords: information, information immunity, information virus, media literacy.

Вступ

Засоби масової комунікації невпинно розвиваються і чинять все більший вплив на суспільство. Сьогодні усі без винятку є учасниками комунікативного процесу, який складно регулювати. Тому з потенційно корисного знаряддя ЗМК перетворилися на зброю в інформаційній війні.

Результати дослідження

Інформаційна війна – різновид комунікативної війни, що полягає у маніпулюванні інформацією, її викладенні в такий спосіб, щоб сформувані у суспільстві чи групі людей думки на користь організатора інформаційної пропаганди.

Ця війна триває безперервно і стосується кожного в буквальному сенсі. Отже, для захисту наших інтересів потрібно шукати можливості протистояти маніпулятивним інформаційним впливам – формувати інформаційний імунітет.

Інформаційний імунітет у загальному плані – це здатність окремого споживача інформації критично оцінювати джерела інформації та її зміст, робити власні висновки та вміти захиститися від інформаційних вірусів.

Інформаційний вірус – це інформаційна атака, спрямована на модифікацію думок людини і її поведінки, що завдає їй шкоди. Інформаційний вірус ворожий до суспільства загалом і людини зокрема.

Опірність до інформаційних вірусів залежить від таких груп чинників:

- Вроджений імунітет. Це правила поведінки в інформаційному полі, які ми засвоїли від батьків у процесі виховання, – те, що сформувало засади нашого світосприйняття і моделі поведінки. Саме від цього залежить, чи навчиться людина запобігати інформаційним вірусам й ефективно з ними боротися.
- Соціальний імунітет. Це правила життя в суспільстві, які сприяють або перешкоджають поширенню інформаційних вірусів (рівень освіти, задоволеність життям, довіра до державних органів тощо). Ключову роль тут відіграє поширеність знань з медіаграмотності.
- Випадок. Це ситуація, в якій людина зіштовхнеться з інформаційним вірусом. Засобів для цього сьогодні дуже багато: телебачення, соціальні мережі, масові заходи.

Варто розуміти, що більшість із нас не готова до участі в інформаційній війні, яка в сучасному форматі є відносно новим явищем, а отже ми часто не маємо вроджених навичок протистояння інформаційних вірусів, а на вибудову соціального імунітету потрібен час і комплексне розуміння проблеми.

Але інформаційний імунітет може бути і набути. Розвинути здатність критично аналізувати повідомлення, обирати нешкідливі ЗМІ та не поширювати вже створені інфовіруси можливо, якщо опанувати основи медіаграмотності.

Медіаграмотність – це вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції.

Щоб почати розвивати свій інформаційний імунітет, потрібно:

- відімкнути емоції: інформаційні віруси завжди викликають хвилю емоцій, бо вони спрямовані на найбільш вразливі місця суспільства, тому необхідно навчитися помічати в собі зміни емоційного стану під час участі в комунікативному процесі;
- не поширювати фейки: інформаційні віруси зазвичай виглядають дуже правдиво, але це все ж не робить їх правдою, тому не потрібно тиражувати інформацію, яку ви не перевірили самостійно;
- створіть short-list джерел: витратьте час на те, щоб дослідити ЗМІ і обрати серед них такі, що дотримуються журналістських стандартів і не несуть загрози вашому інформаційному полю;
- уважно слідкуйте за своїм оточенням: люди не можуть критично сприймати інформацію, яка надходить від знайомих, а вони також можуть поширювати фейки.

Висновки

В умовах комунікативної війни, учасниками якої є всі споживачі медіаповідомлень, інформаційний імунітет – головний засіб захисту від інформаційних вірусів. Зазвичай ця здатність відділяти правду від брехні не є вродженою і її потрібно розвивати шляхом дотримання простих правил користування ЗМК.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк С. Г. «Комунікологія»: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2015. 102 с.
2. Кулеба Д. І. «Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот»: книга. Київ: Книголав, 2019. 384 с.
3. Мороз О. «Нація овочів»: книга. Київ: Yakaboo Publishing, 2020, 288ст.

Подолан Вікторія Василівна— студентка групи Л-19б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: Viktoriapodolan14@gmail.com

Науковий керівник: **Корнієнко Валерій Олександрович** — канд. іст. наук, докт. політ. наук, завідувач кафедри суспільно-політичних наук, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: valkorney1958@gmail.com

Podolian Victoria V. — Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : Viktoriapodolan14@gmail.com

Supervisor: **Kornienko Valeriy Oleksandrovych** - Cand. ist. Science, Dr. Political Science, Head of the Department of Social and Political Sciences, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: valkorney1958@gmail.com