

**ВІЙСЬКОВА АКАДЕМІЯ (м. ОДЕСА)**  
**Кафедра гуманітарних та соціально-економічних дисциплін**

**СУЧАСНА ОСВІТА І ПРОФЕСІЙНА  
ПІДГОТОВКА ВОЇНІВ: ТРАДИЦІЇ, ІННОВАЦІЇ  
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Збірник тез доповідей  
учасників науково-практичного семінару**

**25 квітня 2024 року**

**м. Одеса**

---

На прикладі, під час проведення дорозвідки об'єкту розвідки в командира розвідувального підрозділу має бути достатньо широкий інструментарій її проведення для прийняття швидкого та вірного рішення щодо проведення подальших дій.

Подолання психологічного бар'єру між навчаємим та тим хто навчає, є одним найважливішим та найпростішим напрямком покращення підготовки. Відсутність цього бар'єру дозволить покращити якість начачання та швидкість сприйняття інформації. У теперішньому часі деякі науково-педагогічні працівники своєю поведінкою намагаються підкреслити свою значущість та авторитет, що у свою чергу заважає навчаємим задавати уточнюючі та незрозумілі питання, це призводить до неповного або спотвореного розуміння викладеного матеріалу. Варто зауважити, що подолання психологічного бар'єру не повинно призводити до панібратства.

Спонування курсантів до самостійного проведення аналізу проведених дій, дозволить вивести на автономний рівень роботу над помилками та додати ще один контрольно-регулюючий елемент не враховуючи викладача.

Отже, зміна методів викладання, подолання психологічного бар'єру між курсантом на науково-педагогічним працівником, спрямування курсантів на самостійне проведення аналізу та роботи над помилками в групі, покращить загальний рівень підготовки майбутніх командирів розвідувальних підрозділів.

**Городнюк Людмила,**

*ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,  
м. Одеса*

## **ПРОБЛЕМА ВЕРІФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СВІТОГЛЯДУ ЦИФРОВОЇ ЛЮДИНИ**

Світогляд – це особистісний Всесвіт людини, який вона формує з перших днів життя. Навіть малеча розпізнає те, що вона вважає своїм, рідним, привабливим, а що – чужим, незрозумілим і небезпечним, що їй до вподоби, а що – ні. З кількістю і якістю отриманої інформації та з життєвим досвідом наші аксіологічні активи збагачуються ідеалами і цінностями, принципами і переконаннями, симпатіями і антипатіями, сенсожиттєвими категоріями, заради яких ми рухаємося, творимо, робимо вчинки. Класик екзистенціалізму Карл Ясперс вважав, що світогляд в людині – це предметно сформований світ, і він – в усьому, в облаштуванні життя, в переживаннях, в зусиллях, в способі міркувань. Тотальна цифровізація початку XIX сторіччя докорінно змінила людину. Інформаційна і постінформаційна ери створили нову систему відносин «людина-світ», а разом з нею і нову, цифрову, людину – homo digitalis, яка цілком залежить від цифрових пристроїв, і формує свій особистий Всесвіт – світогляд – через інформацію, значною мірою отриману не власним досвідом, не в роботі з перевіреними джерелами, а в шаленому нескінченному інформаційному потоці, від неосяжного числа цифрових сугесторів (агентів впливу), часто запозичену на зручних носіях, у лідерів думок (популярних блогерів, псевдофахівців). Сучасна метамодерна людина живе і творить в онтологічній системі «людина-гаджет»: задовільняє всі свої пізнавальні і розважальні потреби, вирішує життєві і побутові справи, контактує зі знайомими і незнайомими людьми, отримує знання і будує картину світу через маленьку коробочку, яка завжди поруч. Існування людини в нерозривній онтологічній системі «людина-гаджет» стало головною принциповою ознакою Homo Digitalis. Інформація стала головним продуктом епохи. Її надзвичайно багато, вона шалено атакує споживача, вона – про все і часто про те, чого насправді ніколи не було, що штучно змодельовано у віртуальному вимірі (наприклад, подія, якої ніколи не існувало, але вона створена у Фейсбук з назвою і всіма обставинами події, – тож вже неможливо довести, що такої події не було). Отримання інформації перестало бути

---

актом, в якому є хоч якась складність. Колись люди заради знань і вражень долали сотні і тисячі кілометрів (із провінції до великих міст, з однієї країни в іншу, з континенту на континент), потім люди ходили по знання до шкіл, бібліотек, вищих навчальних закладів, потім почали ходити в сусідню кімнату просто увімкнути телевізор, потім з'явився комп'ютер, який подарував нам «весь світ в кишені» на відміну від телевізора, у якого свій власний репертуар), але до комп'ютера теж треба було ходити, а сучасний смартфон – завжди з тобою вдень, вночі, на роботі, в транспорті, на обіді і навіть в ліжку. Віртуальний простір кожного користувача наповнений флудом, фейками, флеймом, нісенітницею, численними чужими наративами людей або ботів, що без проблем і кордонів опиняються в полі нашої уваги. «Інформаційний шум» – це окрема категорія контенту, що впливає на нашу свідомість і підсвідомість. Це несуттєва, вторинна, неважлива інформація, яка супроводжує або замінює собою основне повідомлення. Різновид його – інформаційне шумування – умисне перевантаження слухача незначущою, вторинною, зайвою інформацією з метою відвернути увагу від вірогідних відомостей, а також така інформація, яка виснажує і від якої втомлюєшся, яка деструктивно впливає на наш настрій, наші цінності, нашу віру оптимізм і наше ставлення до конкретних життєвих опцій. З початку повномасштабного вторгнення росії в Україну ми отримали ще один загальнодоступний тип контенту – військового характеру: з неприхованими сценами тортур, вбивств, страждань, анатомічних подробиць (цей контент теж можна поділити на дійсний, тобто такий, зміст якого справді відбувся саме так, там і тоді, як це запропоновано аудиторії (і тоді чуттєвим моментом залишається його доступність широкому загалу) та численні фейки (спотворення, контрафакти, дипфейки) з навмисною метою певним чином впливати на аудиторію. Такими нескладними методами неперифікована інформація потрапляє на наш світоглядний обрій. І якщо вона для нас приваблива, зрозуміла, зручна, потрібна, іноді очікувана, – вона легко проходить через всі можливі фільтри сприйняття (перш за все, критичне ставлення і критичне мислення). Але навіть і коли інформація неприваблива, незрозуміла, незручна, непотрібна, неочікувана, від її появи на обрії користувацького сприйняття практично неможливо захиститися. За фактом отримання небажаних публікацій у власній стрічці (електронній скриньці) ви зможете надіслати скаргу, заборонити доступ, «забанити» автора, але у вас немає гарантії, що будь яка інша небажана інформація не потрапить на обрії вашого сприйняття, навпаки – її все одно будете багато. В еру розвинутих інформаційних війн фейків настільки забагато, що проблема прийняла форму реальної небезпеки – для конкретних людей, груп людей і навіть держав. Верифікація інформації стала обов'язковою частиною інформаційної підготовки. Серед людей, що мають професійну справу з інформацією, все популярніше гасло: «Якщо твоя мати каже, що вона тебе любить, перевір це». Будь-які інструкції з верифікації засновані на критичному підході і скептичному ставленні до кожного слова і зображення. Але і пересічному споживачеві треба бути обережним, розбірливим у віртуальних контактах, у підході до пошуку контенту, вибору нових друзів (підписників), спільнот тощо. Все, що потрапило у фокус вашої уваги, ви вже ніколи не зможете забути, «розбачити», виокремити із вашої уваги. Тож, психологи радять дотримуватися правил медіагігієни, а під час війни медіагігієна має бути жорсткою. Серед головних порад – формувати навколо себе якісне інформаційне поле, не відкривати сумнівні файли, яких ви не чекали або не розумієте, що це за джерело, не намагайтеся потрапити в спеціальні закриті групи, не стежите за анонімними телеграм-каналами чи вайбер-групами – ви не знаєте справжніх наслідків власного враження, пам'ятайте, що справжні експерти з більшості актуальних питань не роздають безкоштовні поради в соціальних мережах, а головне – влаштовують тривалу медіадієту (відпочивайте від Інтернету), особливо вночі.