

ЧИ Є ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ З ПОЯВОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ?

Захаров В. А.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Харків, Україна*

Глобалізація та технологізація — це швидкоплинні та складні процеси, у ході яких відбувається об'єднання різних культур світу, економічних та політичних процесів в одну світову систему де всі елементи взаємозалежні. Такі трансформації не обмежуються виключно економічною сферою; усі інші сфери людського буття входять у цей процес, впливаючи на нього й водночас трансформуючись під його впливом. Важливою складовою цього процесу є тотальна цифровізація людського буття, створення “другої реальності” та використання медіальних інструментів майже в кожному аспекті людської діяльності.

Медіа — це інструменти масової комунікації (тексти, відео, аудіо, соц.мережі), які дозволяють створювати та розповсюджувати інформацію на свою цільову аудиторію. Не дарма її називають "четвертою владою" (Іванов та ін., 9). Вплив цифрового простору та медіа на людську свідомість важко переоцінити; науковий простір переповнений працями дослідників з цієї проблематики. “С. Кремер, відома дослідниця філософії медіа, влучно зазначила, що «культурні техніки породжують рутину, семіотичні практики розширюють наші можливості для комунікації та когніції». Це свідчить, що, коли сучасні технології дедалі більше проникають у повсякденне життя, вивчення комунікаційної сфери діяльності людини також розвивається (Смазнова, 30). У рамках нашого дослідження важлива не лише користь медіа як засобу розповсюдження інформації та комунікації між суб'єктами, але й її негативна сторона — використання у пропаганді, процесах маніпуляції, риторичному створення “другої реальності”. Створений медіаконтент направлено на контроль суспільної свідомості, вплив настроїв натовпу, використання стереотипів та корегування цілих політичних процесів. Пропагандистський медіаконтент використовує наступні прийоми: зловживання риторичними прийоми та стратагеми, дезінформацію, фейки тощо.

На виклики пропаганди та маніпуляції давно сформульована відповідь — впровадження медіаграмотності в освітній процес, створення курсів для дорослого населення та популяризація ідеї формування критичного мислення й здатності до фільтрації медіаконтенту. «Медіаграмотність розглядається як комплекс знань, спрямований на формування у споживача критичного мислення та здатності аналізувати контент, споживаний у ЗМІ, соціальних мережах, іграх та інших платформах цифрового простору» (Ткаченко, 166-167). Досліджуючи перспективу використання ШІ, Баранов доходить висновку: «Настав час припинити сліпо кидатися в цифрове майбутнє і почати приймати кращі, більш обдумані рішення про те, коли і навіщо використовувати технології». Зараз важливо враховувати існування когнітивних суперечностей людства, які заважають приймати оптимальні рішення (Баранов, 33).

Штучний інтелект (ШІ) — це галузь інформатики, яка займається створенням інтелектуальних машин, здатних до навчання, обробки даних і вирішення завдань. У 1956 році на Дартмутській конференції Джон Маккарті визначив ШІ як науку й техніку створення інтелектуальних машин, зокрема інтелектуальних комп'ютерних програм. Інше визначення: ШІ — це розробка гнучких агентів, здатних адаптуватися до нових ситуацій завдяки досвіду, досягаючи мети, яка недоступна для традиційних комп'ютерних систем (Баранов). Сьогодні ШІ вміє аналізувати й створювати тексти, зображення, вести бесіди, вирішувати завдання та навіть гуманізувати тексти, роблячи їх більш «людськими». Застосування ШІ суттєво трансформувало медіаграмотність. Інтелект здатний створювати «синтезовані медіа» (наприклад, дипфейки — фейкові зображення людей, які можуть говорити, рухатися, виражати емоції) та ускладнює ідентифікацію достовірної інформації.

Раніше пропагандистські повідомлення обмежувалися механізмами контролю та одиницями контенту, але сьогодні інформація передається швидше й цільовій аудиторії завдяки аналітичним даним, зібраним ШІ. Він може створювати «інформаційні бульбашки», збираючи дані й персоналізуючи контент. У зв'язку з цим актуальним стає питання медіаграмотності. По-перше, існують сервіси для розпізнавання контенту, де ШІ використовується для аналізу діяльності ШІ. Такі сервіси аналізують текстовий та візуальний контент, виявляючи ознаки втручання ШІ, та надають користувачам можливість перевірки достовірності джерел. Таким чином, перша спроба розпізнавання контенту більш технічна. Друге - це класична медіаграмотність та формування критичного мислення, вміння перевіряти кілька джерел інформації, перевіряти зображення тощо. Уміння ідентифікувати фейки й нейтралізувати їхній вплив є важливим елементом у створенні стійкого інформаційного середовища.

Література:

1. Баранов, О. (2023). Визначення терміну «штучний інтелект». 44(1), 32–49. [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2023.1\(44\).287537](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2023.1(44).287537)
2. Іванов, І., Волошенюк, О., Кульчинська, Л., Іванова, Т., & Мірошніченко, Ю. (2012). *Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд*. Академія Української Преси, Центр Вільної Преси. <https://www.aup.com.ua/uploads/oglad-web.pdf>
3. Смазнова, І. (2023). Практика аргументації в філософії медіа. *Studies in History and Philosophy of Science and Technology*, 32(1), 28–34. <https://vestnikdnu.dp.ua/index.php/ifnit/article/view/146/153>
4. Ткаченко, В. (б. д.). Медіаграмотність та риторика як засоби подолання кібербулінгу. У *Актуальні питання філософії освіти* (с. 165–167). <https://philosophy.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/npk-filosofija-osviti-zbirnik-materialiv-konferencii-2021-.pdf#page=165>

НОМАДИЗАЦІЯ ДОМУ В КУЛЬТУРІ ПОСТМОДЕРНУ

Кальницький Е.А., Коваленко І.І.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»;

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого,

м. Харків, Україна

Парадигма постмодерну, у якій картина світу позбавлена стійкості, поставила філософію перед потребою виявити концепт, який дає змогу гарантувати хоча б мінімальну стабільність.

З усіх різноманітних концептів, на наше переконання, формотворчою ідеєю, здатною формувати смислове контекстуальне середовище, є Дім. Дім (архетип осілого буття) дає змогу наблизитися до розуміння номадизму як сучасної культурної стратегії.

Споконвічно функціональне значення Дому полягало в наданні людині необхідної та безпечної тривалості (час) існування, тоді як Шлях надавав протяжності (простору). Призначення Дому – проведення часу; Шлях потрібен для реалізації в просторі значущих позицій.

У західноєвропейській культурі Дім локалізує гуманістичну модальність буття. Однак це місце виступає лише зупинкою на шляху екзистенціальної мандрівки для набуття «Я». Якщо Шлях приваблює зануренням у маршрути, які відкривають нові обрії світу, то Дім надає людині доцентрової сили.

Крім того, Дім є межею між приватним та публічним буттям. У працях Г. Арендт Дім предстає як приватне, повсякденне існування, як простір жіночої призначеності, що перешкоджає можливій самореалізації жінки [1]. У такому контексті Дім являє собою