

НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА

Карпей Д.О.

студентка,

Національна академія Служби безпеки України

ІНФОРМАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ ЛЮДИНИ

В процесі еволюційного розвитку цивілізацій, настав час інформаційного суспільства. Головною ознакою якого є інформація, пов'язані з нею процеси та інформаційні технології. Сучасна людина вже не може повноцінно існувати, без продуктів та послуг інформаційних технологій. Один з головних сучасних пристроїв у пошуку інформації для звичайної людини є смартфон. Людина в середньому проводить в інтернеті 6 годин 43 хвилини на добу – на 3 хвилини менше, ніж роком раніше. Тобто приблизно 40% свого часу неспання. Більше половини часу онлайн (50,1%) люди проводять за смартфонами. 90% користувачів інтернету дивляться відеоролики, 51% – відвідують відеоблог, 70% – слухають музику, 47% – радіостанції, 41% – подкасти. [1] Уся ця перелічена інформація безпосередньо впливає на людину, на її свідомість.

Мета роботи: дослідження впливу інформації на свідомість людини.

За даними дослідження агентства WeAreSocial, щомісячна аудиторія соцмереж зросла до 4 млрд користувачів. Таку швидкість зростання числа користувачів соцмереж експерти називають феноменальною. 90% користувачів інтернету дивляться відеоролики, 51% – відвідують відеоблог, 70% – слухають музику, 47% – радіостанції, 41% – подкасти [1]. Разом із зростом числа користувачів зростає об'єм виробленої інформації. Інформації навколо настільки багато, що вона стає «агресивною».

«Агресивна інформація» є штучною (створена людиною), нав'язливою, не несе користі та створює загрозу, спонукає людину до конкретної дії а отже впливає на її свідомість. Цей вид інформації втручається у наше повсякденне життя хочемо ми того чи ні. Приклади агресивної інформації є: рекламні ролики, білборди, фейкові новини. Інформація зосереджена в них, негативно впливає на свідомість людини. Негативним інформаційно-психологічним впливом називають вплив інформації на психіку та

свідомість людини, яка призводить до неадекватного відображення оточуючої дійсності і, як наслідок, зміни поведінки [2].

Це може бути спонукання придбати товар чи послугу, або політична агітація. З метою донесення інформації до адресата, компанії у своїй роботі використовують Засоби націлювання. Ці засоби налаштовуються компанією та третіми особами (як-от деякими роздрібними або рекламними мережами) і використовуються для створення профілю для показу націленої реклами за межами сайтів і програм, яка буде кориснішою для користувача. Ці засоби можуть відображати деідентифіковані демографічні або інші дані, пов'язані з тими даними, які ви добровільно надали нам (як-от вашою адресою електронної пошти).

Перевантаження інформацією один з видів впливу інформації на свідомість людини. Сутність якого полягає в тому, що кількість важливої інформації, що надходить перевищує здатність людини до сприйняття. З політологічної точки зору інформаційне перевантаження – це свідомо подача надмірної інформації з метою позбавити пересічного громадянина можливості адекватно її засвоїти та оцінити. У цьому випадку інформаційне перевантаження виступає як метод маніпулювання соціальними групами та індивідами. У процесі передачі інформації виникає інформаційне перевантаження. Індивід перестає сприймати та шукати сенс в інформації [3].

У своїй статті Марина Пілат зазначає, що протиправне застосування спеціальних засобів впливу на індивідуальну, групову та суспільну свідомість, способи маніпулювання інформацією (дезінформація, приховування або спотворення змісту інформації), девальвацію суспільних цінностей, пропаганду зразків масової культури, заснованих на культурі насильства чи жорстокості слід сприймати як загрози конституційним правам і свободам людини. Автор статті вважає сучасні інформаційні впливи за своєю суттю інформаційними війнами. Вона акцентує що інформацію використовують як сучасну зброю для ведення воєн [4].

Інформація впливає на наше життя набагато сильніше ніж ми собі уявляємо. Великі компанії з метою реалізації товару чи послуг за допомогою інформації впливають на людину, використовуючи для цього рекламу. Вплив інформації на свідомість людини залежить від мети того, хто цю інформацію створює. Під впливом інформації людина може вважати нав'язні їй чужі ідеї за свої власні. Люди, переважно похилого віку та неповнолітні діти сприймають навколишню інформацію менш критично, а тому стають найбільш уразливими щодо її впливу. Враховуючи велике значення інформації у наш час, в школах потрібно

пояснювати дітям основні правила користування джерелами інформації, навчити основам інформаційної культури.

Список використаних джерел:

1. Волошин Н. За даними досліджень, щомісячна аудиторія соцмереж зросла до 4 млрд користувачів. URL: <https://armyinform.com.ua/2020/10/za-danymy-doslidzhen-shhomisyachna-audytoriya-soczmerezh-zrosla-do-4-mlrd-korystuvachiv/>
2. Панченко О.А., Кабанцева А.В. Людська психіка в інформаційній небезпеці. URL: http://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/41.pdf
3. Шутенко А. URL: <https://www.ar25.org/article/informacijnperenavantazhennya.html>
4. Пілат М. Інформаційні впливи та інформаційні війни: сутність понять та їх взаємозв'язок в інформаційну епоху. URL: https://intrel.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/VLNU_Mv_2013_32_25.pdf

Карпей Д.О.

студентка,

Національна академія Служби безпеки України

МЕТОДИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ В КОНКУРЕНТНІЙ РОЗВІДЦІ

Малі та середні підприємства станом на 2019 рік досягли 64% валової доданої вартості. Вони займають велику частку в таких галузях, як «будівництво», «адміністративне та допоміжне обслуговування», «професійна, наукова та технічна діяльність», в кожній з яких на них припадає понад 90% зайнятості [1].

З огляду на це, економіка України складається більш ніж на 50% з малих та середніх підприємств та є складовою національної безпеки країни. Тому дослідження методів та способів захисту інформації в конкурентній розвідці підприємств є актуальним. Якщо звернутися до статті Мужанової Т.М., у якій автор зазначає, що в Україні, на відміну від розвинутих країн світу, більшість компаній взагалі не використовують методи конкурентної розвідки, або використовують непрофесійно. Серед причин такої ситуації поряд із нерозумінням підприємцями сутності і значення КР як засобу інформаційно-