

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Сучасні технології
у промисловому виробництві**

**МАТЕРІАЛИ
та програма**

**IV Всеукраїнської міжвузівської
науково-технічної конференції
(Суми, 19–22 квітня 2016 року)**

ЧАСТИНА 2

Конференція присвячена Дню науки в Україні



**Суми
Сумський державний університет
2016**

НЕБЕЗПЕКА ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА МІСТА

Білоус Д. О., студент; Трунова І. О., доцент, СумДУ, м. Суми

Динаміка розвитку сучасного суспільства все більше залежить від потреб людини, а не від умов навколишнього середовища. Кілька десятиліть людина створює штучний простір, в основі якої лежить інформація.

Інформаційна среда - це сукупність інформаційних умов існування суб'єкта (наявність інформаційних ресурсів і їх якість, розвиненість інформаційної інфраструктури). На даний час, актуальним питанням є дослідження аспектів негативного впливу інформаційного середовища міста на людину. Будучи проблемою соціальною, проблема забезпечення інформаційної безпеки особливо гостро стоїть в умовах концентрації значних мас населення. При цьому інформація, яка щодня впливає на людей, здатна завдавати шкоди фізичному, психологічному, економічному чи соціальному статусу людини, викликаючи інформаційну залежність.

Серед небезпечних аспектів негативного впливу інформаційного середовища на людину в місті, можна виділити наступні:

- негативний вплив реклами вздовж доріг на водія знижує концентрацію уваги, в результаті чого можлива аварійна ситуація;

- реклама «ненароком» (ambient media), упроваджується в повсякденне життя. В якості рекламних носіїв ми бачимо лавки, клумби, окремі будівлі, труби ТЕЦ, стеніли (стихійно наносяться графіті і стікери) і т. п. Раптовість появи такої реклами впливає на психічну рівновагу людини;

- реклама алкогольних виробів та тютюну, підштовхує людину до вживання шкідливих речовин, що негативно впливають на стан її здоров'я;

- звукова реклама негативно впливає на здатність людини сконцентруватися. Вона відволікає людину від власних міркувань, робить її розгубленою, іноді лякає.

Знизити вплив реклами можна, якщо діяти згідно правил

1. *Бути упередженим.* Необхідно пам'ятати про те, що єдина мета і головний посыл рекламодавців в тому, щоб спонукати потенційних клієнтів швидше зробити покупку.

2. *Не вірити на слово.* Кожен раз, коли рекламний слоган підносить інформацію, що складається з прикметників в найвищому ступені, наприклад: «кращі ціни», «найсмачніший», «краще не буває», «кращий вибір» і так далі, необхідно запитати себе: «Чому?. Хіба якась жуйка стане кращою від того, що у її виробника є гроші на постійну рекламу (тим більше, що в кінцевому підсумку її оплачують саме покупці)?».

3. *Не звертати увагу на інтонацію,* з якою говорять актори чи голос за кадром, а також на їх міміку.

4. *Думати.* Більшість рекламних текстів не витримує перевірку найпростішої логікою. Іноді реклама дає заздалегідь невірну інформацію.