

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОРУЖИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Жидаль И.Ю., студент

Научный руководитель – Мелешко Ю.В., к.э.н., доцент,
доцент кафедры «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Современный человек получает большое количество информации. Проблема этой информации в том, что сегодня она выступает не как инструмент для получения новых знаний, а способом выражения интересов определённых групп людей. В ходе развития технологий появляются новые способы ведения информационных войн. Информационное влияние на как можно большее количество людей является одним из основных векторов развития экономики в нынешних реалиях. Большинство информации, получаемой ежедневно, можно расценивать как информационное оружие. Реклама товаров и услуг, а также организаций, их производящих; бренды, самим своим существованием агитирующие покупать их продукцию; всяческие маркетинговые уловки – всё это в какой-то степени является примером использования информационного оружия. Главнейшей его задачей является пропаганда, воздействие на человека на подсознательном уровне, внушить человеку единственную правильную точку зрения, выгодную организации, её распространившей. Преимуществами такого вида конкурентной борьбы являются малые затраты и большая эффективность, т. к. в отличие от прошлого, в современном мире нет ничего проще, чем получение информации, благодаря развитию средств коммуникаций и их доступность. Использование информационного оружия не ограничивается малыми компаниями, пытающимися искать друг у друга слабые места в качестве производимого товара или услуги. Цели государства ведут информационные войны. Цель, разумеется, получение экономической и политической выгоды, ведь простые люди, не видящие реальной картины экономической ситуации, станут принимать любую информацию, поданную авторитетным (по их мнению) источником, за чистую монету и, как следствие, поддерживать её идею.