2.https://ravesli.com/slovar-programmista-sleng-kotoryj-dolzhen-znat-kazhdyj-koder/

Науковий керівник: Барановська Л.В.,
д-р пед. наук, професор

УДК 159.98 (007:004)

Виноградов Д. О.
Національний авіаційний університет, Київ

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ КІБЕРБЕЗПЕКИ

Актуальність дослідження. Проблема кібербезпеки не належить до фундаментально розроблених у психологічній науці напрямів. Тим не менш, у наші дні ця тематика стає одним із найактуальніших напрямів психологічних досліджень. Безпека – фундаментальна потреба. Відповідно до ієрархії А. Маслоу, вищі людські потреби в самоактуалізації, у визнанні та оцінці, у коханні та прихильності реалізуються на основі задоволення фізіологічних потреб людини, а також властивій кожному з нас потреби у безпеці **[2].** Одним із цих найважливіших факторів є інформаційна безпека як складова кібербезпеки.

Мета статті. Виокремити психологічні аспекти кібербезпеки та проаналізувати їх використання як маніпулятивного чинника.

Викладення основного матеріалу. Об'єднання цифрових технологій та соціальної інженерії призвело до нового різновиду кібератак – цифрових атак на людей. Вони відрізняються від звичних хакерських нападів тим, що вирішальне значення в них має психологічний аспект, а не вразливість програм, операційних систем та обладнання.

Щоб дістатися до корпоративних систем з цінними даними, шахраї можуть зламати пристрій хоча б одного користувача, який має потрібні права. Або достатньо знайти адреси електронної пошти кількох співробітників та надіслати їм спеціально підготовлені листи. У вкладенні до таких листів буде шкідлива програма, яка заражає комп'ютер і дає хакеру віддалений доступ, або шифрує всі дані та вимагає викупу. Таким чином, щоб зламати компанію, шахраям доводиться зробити так, щоб одержувач листа захотів відкрити вкладення або перейшов за посиланням [4].

Для реалізації цієї маніпуляції злочинці використовують робочий інструментарій цілої низки дисциплін: психології особистості та соціальної психології, нейролінгвістичного програмування, маркетингу та інших. Основні елементи щодо маніпуляцій — це емоції, потреби людей, їх особистісні особливості та морально-етичні установки.

Серед усіх способів маніпулювання найрезультативнішими є емоції. Емоції - це психофізіологічні стани, які моделюють поведінку людини і спонукають до певних дій [3].

Найінтенсивнішою за впливом є емоція страху, вона вимагає швидкої захисної реакції. Приклад: «Ваш комп'ютер заражений і заблокований. Клацніть тут». Злість провокує на активні дії та суперечки. Приклад: «Що Ви написали у звіті? Що за безграмотність? Негайно виправляйте!». Цікавість активізує

пошукову та орієнтувальну поведінку. Приклад: «Дивись, що ти наробив учора». Жадібність стимулює пошукову поведінку. Приклад: «Знижка 50% при оплаті прямо зараз».

Наступною за значущістю рівня маніпулятивності є актуальна потреба жертв атаки. Саме вони визначають, яку стратегію поведінки обиратиме суб'єкт у тій чи іншій ситуації. Чим нижчий рівень середньої заробітної плати працівників, тим ефективніше проявляють себе цифрові атаки з психологічним вектором на емоцію жадібності.

Морально-етичні установки відповідають за глибинну мотивації поведінки, зумовлюючи певну реакцію на маніпулятивні дії. Прикладом можуть бути результати досліджень про вразливість екстравертів та інтровертів, що показують, що ті та інші можуть бути особливо вразливими.

Вразливість екстравертів обумовлена тим, що вони набагато частіше публікують особисту інформацію у соціальних мережах та інших онлайн-ресурсах, а також легше відгукуються на ініціацію комунікативної активності з незнайомими людьми. Інтроверти здебільшого страждають від соціальної ізольованості, більш схильні до інтернет-залежності.

Важливу роль у сприйнятті цифрової атаки відіграє атрибуція — джерело, від імені якого виробляється маніпулятивний вплив.

Можна назвати такі варіанти атак:

- зовнішня — від імені зовнішніх партнерів чи підрядників, сторонніх відомих організацій із відомими брендами;
- особиста - імітація особистого звернення від знайомого чи родича, посилання від друга у соціальній мережі;
- корпоративна – від імені колег зі своєї організації.

Аналіз цифрових атак виявив, що демографічні показники суттєво впливають на їхню результативність: жінки частіше, ніж чоловіки, переходять за посиланнями і надають особисті дані шахрайським сайтам навіть із попередженням про існуючу загрозу. Також більш уразливими є користувачі віком 18-25 років [1].

Висновок. На основі матеріалу, викладеного вище, можна зазначити, що нами виокремлено психологічні аспекти кібербезпеки та досліджено емоції як маніпулятивні чинники.

Список літератури

1. Психологія цифрових атак [Onlineresource]. URL: https://ib-bank.ru/bisjournal/post/1512

2. Піраміда потреб Абрагама Маслоу [Onlineresource]. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%96%D1%80%D0%B0%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%B0_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1_%D0%90%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BC%D0%B0_%D0%9C%D0%B0%D1%81%D0%BB%D0%BE%D1%83.

3. Кіберпсихологія в минулому, теперішньому та майбутньому [Online resource]. URL: https://cyberpsy.ru/articles/vojskunskij-kiberpsihologiya/

4. Інформаційна безпека: психологічні аспекти [Online resource]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-bezopasnost-psihologicheskie-aspekty

Науковий керівник: Барановська Л.В.,
д-р пед. наук, професор

УДК 81.23:159.922.8 (043.2)

Главінська Е.С.
Національний Авіаційний Університет, Київ

ВЗАЄМОДІЯ ПЕРЕКЛАДУ І ПСИХОЛІНГВІСТИКИ

Враховуючи той факт наявності у людини другої сигнальної системи, тобто умовних рефлексів вироблених на слова і означені ними поняття, ми можемо стверджувати про прямий вплив на свідомість людини за допомогою мови, як системи кодування абсолютно різних понять. Психологічна обробка інформації людиною, а отже і певна реакція залежать від сенсу мовленнєвого повідомлення яким вона сама його наділяє. Відповідно, доцільно стверджувати про важливість такого пізнавального психічного процесу як сприйняття мовлення. Виходячи з цього, можна зробити висновок про те, що якість самого перекладу визначає точність або хибність передачі сенсу змісту інформаційного повідомлення і, відповідно, сприйняття його людиною.

З одного боку, представники різних мов сприймають інформацію і мислять по-різному, оскільки категорії і поняття, закодовані в одній мові, не обов'язково наявні в іншій або ж мають інший змістовий характер, таким чином, «переклад з однієї мови на іншу є не передача тієї самої думки, а збудження іншої, відмінної» [Потебня, 172].

Однак існує й інша думка до якої схиляються такі відомі вчені як М. В. Жуйкова, Р. П. Зорівчак, 41 Ю. Є. Кійка, М. П. Кочергана, про те, що схожостей набагато більше, ніж відмінностей, а тому слід говорити про реальність явища універсальності й у перекладі.

У психолінгвістиці нині можна простежуються чотири основних підходи до вивчення мовної особистості: 1) вікова психолінгвістика; 2) дослідження норми і патології в мовленні; 3) створення типології мовних спільнот і особистостей; 4) характеристика комунікативної поведінки мовної особистості [Сухих,72].

Нагальність психолінгвістичного підходу до перекладу як синтезу процесу мислення та мовлення людини викликана наявністю лінгвістичних концепцій перекладу, не здатних достатньою мірою пояснити перебіг мовленнєво-мисленнєвої діяльності перекладача і чітко окреслює основну задачу психолінгвістики, а саме, віднаходження функціональних еквівалентів під час перекладу. В. О. Артемов стверджував, що психологічне вивчення всіх аспектів комунікації дає змогу розкрити психологічну сутність мовлення та мови, визначити правила спілкування на основі мови та інші закономірності, що реалізує перекладач під час своєї роботи [Артемов, 279].