

Маніпулятивні тренди сучасного українського інформаційного простору

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті аналізовано маніпулятивні тренди сучасного українського інформаційного простору. Обґрунтовано наявність маніпуляцій та визначено користь, яку отримали маніпулятори від цього.

Ключові слова: маніпуляція, інформаційний простір, тренди

Abstract

The article analyzes the manipulative trends of the modern Ukrainian information space. The presence of manipulations is substantiated and the benefit that the manipulators received from this is determined.

Keywords: manipulations, informational space, trends

Вступ

Інформаційний простір є надважливим для суспільства, оскільки він впливає на розвиток економіки, науки, культури, освіти, політики та інших сфер життєдіяльності людей. Інформаційний простір надає можливість обмінюватися знаннями, ідеями, думками, емоціями між різними суб'єктами комунікації, а також формувати свою свідомість, ідентичність, цінності та погляди.

Однак інформаційний простір також містить у собі ризики та загрози, пов'язані з маніпуляцією людьми. Маніпуляція – це прихований вплив на людей з метою змусити їх діяти в інтересах маніпулятора, а не своїх. Маніпуляція може мати різні форми, наприклад, пропаганда, дезінформація, психологічний тиск, підкуп, шантаж, підробка, симуляція тощо.

Маніпуляція людьми не є новим явищем, але вона стала більш поширеною та ефективною в умовах сучасних інформаційних технологій. Це пов'язано з декількома причинами:

- Зростання обсягу та доступності інформації, що утруднює її критичний аналіз та перевірку, а також сприяє поширенню фейкових новин, маніпулятивних образів, стереотипів та міфів;
- Розвиток інформаційних та комунікаційних засобів, що дозволяють маніпуляторам швидко та масово донести своє послання до аудиторії, а також використовувати різні канали, формати, коди та символи для впливу на емоції, підсвідомість та поведінку людей;
- Зміна соціальної структури та цінностей суспільства, що призводить до зниження рівня освіти, культури, критичного мислення, самосвідомості, самооцінки, соціальної відповідальності та активності громадян, а також до посилення індивідуалізму, конформізму, пасивності, апатії, фрустрації та агресії.

В сучасному українському інформаційному просторі існує ряд маніпулятивних трендів, які впливають на суспільну думку та політичні процеси. Одним з ключових аспектів є інформаційна війна, яка ведеться з боку країни-агресора, що включає в себе поширення дезінформації та пропаганди. Це може включати використання фейкових новин, соціальних мереж та інших засобів масової інформації для впливу на громадську думку.

Війна

З початком повномасштабного вторгнення агресора в Україну та героїчних дій ЗСУ, маніпулятори знайшли новий спосіб отримати для себе користь. Одним з відомих прикладів маніпуляцій на тему війни в Україні – це використання образу пса Патрона та ЗСУ для привернення уваги і просування своїх продуктів. Пес Патрон – це джек-рассел-тер'єр, який служить у Державній службі з надзвичайних ситуацій і допомагає виявляти вибухівки на Чернігівщині. Патрон став популярним після того, як його фотографії та відео почали поширюватися в інтернеті. Він отримав багато нагород, в тому числі медаль “За віддану службу” від Президента України. Пес також став символом Міжнародного координаційного центру з питань гуманітарного розмінування, який створило МВС України[1].

Образ пса Патрона використовується не тільки для підвищення свідомості про проблему мінування та підтримки піротехніків, але і для просування в інформаційному просторі різних продуктів, таких як одяг, аксесуари, сувеніри, іграшки, книги, марки, лотереї, календарі тощо. Мета такої маніпуляції – користуючись популярністю Патрона, привернути увагу до свого продукту, або змусити людину відчувати себе «в тренді», купуючи продукт. Виконавці почали створювати пісні про пса, а молодь монтувати відео під ці пісні задля просування своєї сторінки в рекомендації.

Цілим трендом стала героїчна відповідь українського воїна на острові Зміїному російським окупантам, що приказали здатися. Подібно до тренду з псом Патроном, виконавці почали робити музику зі словами військового, а молодь знімати під неї відео. Різноманітні компанії почали використовувати вислів на своїх продуктах задля збільшення продажу та доходів. Яскравим прикладом маніпуляції є поштова марка Укрпошти, що випустила марковий аркуш з відомим малюнком українського військового та ворожого корабля. Марка мала великий попит серед колекціонерів та патріотів. Вона мала тираж 100 тисяч примірників та коштувала 10 гривень. За статистикою пошукової системи Google, саме ця марка стала однією з найпопулярніших запитів українцями у 2022 році.

Страх

Маніпуляції страхом людей завжди були популярними. Проте в українському інформаційному просторі набуло популярності рекламування телеграм каналів під час тривоги. Маніпулятори стверджують, що саме цей телеграм канал дозволяє відслідкувати політ ворожої ракети в реальному часі. Звісно, такого бути не може, але налякані тривогою люди готові на все заради того, щоб відчувати себе в безпеці. Уникнути такі маніпуляції можна за допомогою критичного мислення та розуміння того, що ворожу ракету відслідкувати неможливо.

Безробіття

Маніпуляції на тему безробіття – це способи впливу на свідомість через інформаційний простір для досягнення певних цілей або інтересів у сфері працевлаштування. Приклад такої маніпуляції – політичні сили використовують безробіття для здобуття влади, підтримки, голосів або виправдання своїх дій. Наприклад, політики можуть обіцяти зменшити рівень безробіття, якщо їх оберуть, або звинувачувати своїх опонентів у зростанні безробіття.

Соціальні маніпуляції – це коли соціальні групи використовують безробіття для формування своєї ідентичності, цінностей, ставлення або дій. Наприклад, безробітні можуть об'єднуватися у спільноти, організації, рухи або партії, щоб вимагати своїх прав, захисту, допомоги або змін[3].

Роботодавці в Україні використовують безробіття та війну для зниження заробітної плати, погіршення умов праці, збільшення продуктивності або зменшення соціальних витрат.

Для того, щоб не піддаватися маніпуляціям у ринку праці, потрібно аналізувати вакансії та відмовлятися від невігідних умов праці.

Прикладом маніпуляції є так звані “офіси”, що пропонують українцям комфортні умови праці, але не ознайомлюють з роботою, яку потрібно буде робити – це схеми шахрайства, які використовують безробітних, студентів, пенсіонерів або інших людей, які шукають додатковий заробіток. Ці схеми мають різні форми, але їх спільними ознаками є:

- Надмірно привабливі пропозиції – це коли обіцяють високу зарплату, гнучкий графік, кар'єрний ріст, навчання, корпоративні заходи, подорожі тощо, але не вказують конкретну сферу діяльності, назву компанії, вимоги до кандидатів або обов'язки працівників.
- Непрозорі умови співпраці – це коли не дають чіткого договору, не роз'яснюють права та обов'язки сторін, не надають гарантій або документів, не вказують реквізити або контакти, або вимагають підписати документи без читання.
- Вимога внести гроші – це коли просять заплатити за навчання, матеріали, обладнання, послуги, заставу, комісію або інші витрати, обіцяючи повернути їх пізніше або відшкодувати з першої зарплати.
- Використання особистих даних – це коли просять надати копії паспорта, коду, банківських карток, резюме, фотографії, підписи, паролі або інші конфіденційні відомості, які можуть бути використані для шахрайства, крадіжки, шантажу, реклами або інших цілей.

Рівень матеріального забезпечення

Маніпуляції, до яких вдаються робітники казино, останнім часом стали доволі популярними. Одна з ключових ідей таких маніпуляцій – змусити людину думати, що вона не така, як інші, а гірша, що хтось може, а вона ні. Для цього потрібно навести людині приклад громадянина робочого класу, який розбагатів, поклавши мізерну ставку. Для більшого захоплення, до таких маніпулятивних постів

прикріплюється фото щасливої людини, що показує телефон з повідомленням про начислення коштів. Ще одна ідея – змусити людину думати, що у неї обмаль часу та вигідна пропозиція скоро стане недоступна. Починаються такі маніпулятивні пости з подібних слів: «Переходь, реєструйся вже зараз, щоб не пропустити щедрі святкові акції». Обидві ідеї спрямовані на малозабезпечену частину населення, що прагне заробити грошей будь-яким шляхом.

Для уникнення подібних реклам в інтернеті потрібно ігнорувати їх та розуміти, що головна мета цих реклам – подіяти на людину та її слабкі сторони.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD_%28%D0%BF%D0%B5%D1%81%29
2. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-60853922>
3. <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82%D1%82%D1%8F>

Накoneчний Влас Володимирович – студент групи ЗПІ-22б, Факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Україна, e-mail: vlas.nako@gmail.com

Vlas Nakonechnyi – student of group ЗПІ-22b, Faculty of Information Technology and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Ukraine, e-mail: vlas.nako@gmail.com