

«Инфоцыганство» как актуальная манипулятивная практика в современном медиaprостранстве

И.И. Букина

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

Обоснование. Интернет — глобальное виртуальное пространство, где Россия лидирует в Европе по числу пользователей. Он является ключевым каналом коммуникации, постепенно вытесняющим живое общение. Социальные сети являются самыми посещаемыми интернет-платформами, а также зоной повышенного риска — мошенничества. Способы совершения мошенничества в сети Интернет, по большей части социальных сетей, разнообразны: под чужим именем, романтические, сфера услуг, создание фейковых опросников, продажа информационных продуктов — «инфоцыганство». В последние несколько лет в медиaprостранстве появился, а вскоре набрал популярность термин «инфоцыгане». При помощи некоторых способов и манипуляций они с легкостью продают людям ненужную информацию, которую можно найти в общем доступе по обычному поиску в сети Интернет.

Цель — изучить феномен «инфоцыганства» как манипулятивную практику в современном медиaprостранстве.

Методы. В данной работе были применены методы наблюдения и анализа.

Результаты. В интернет-пространстве чаще всего применяются следующие методы манипуляций.

Личный или чужой пример. Большинство «прогревов», которые используют перед запусками курсов, строятся по одному сценарию. Блогер подробно рассказывает о том, как его информационный продукт изменил чью-то жизнь в лучшую сторону. Но зачастую успеха никакого нет, и речь о нем не может идти.

Агрессивное предложение. Главная цель — запугать подписчиков. Блогеры указывают на то, что шанса обрести успех и богатство больше не будет. Но на самом деле уже после первого потока появляется информация о новом наборе.

Выгодные предложения. Блогеры постоянно акцентируют на повышении цен. В реальности же этого не произойдет, информационный продукт изначально планировался продаваться по первоначальной цене.

Ограниченное число мест. Подписчиков убеждают, что количество мест ограничено, но на самом деле этого «лимита» не существует. Места продают всем.

Рассрочка. Еще одно выгодное предложение для подписчиков. Все ради них, лишь бы купили курс по успешной жизни.

Искусственный ажиотаж. Блогеры создают видимость огромного количества запросов на курс. Подписчики якобы желают увидеть второй поток курса, оформить рассрочку и прочее.

Фальшивые отзывы. Блогеры часто публикуют на своих страницах в социальных сетях отзывы. В них показывают восторг участников курса, тем самым склоняют других пользователей к покупке информационного продукта.

Давить на больное. Многие блогеры начинают давить на больные точки подписчиков, они примитивные — друг успешнее, отсутствие денег, депрессия, отсутствие отношений и прочее.

Тема здоровья. Многие блогеры обещают подписчикам, что их продукт излечит от бесплодия и других тяжелых болезней. Игра на чувствах людей, которые потеряли надежду на выздоровление, ради собственной выгоды.

Дружеские отношения. Блогеры часто выстраивают близкие и дружеские отношения с подписчиками. Разговаривают с ними на «ты», придумывают обращение, например «родные».

Несмотря на успех, «инфоцыгане» сталкиваются с актуальными вызовами: потеря репутации, продвинутый пользователь, юридические риски, насыщение рынка.

Выводы. «Инфоцыганство» — это системная проблема медиапространства, где доверие пользователей эксплуатируется для заработка при помощи манипуляций. Борьба с ним требует законодательных мер, повышения медиаграмотности населения.

Ключевые слова: инфоцыганство; манипуляции; социальные сети; медиапространство.

Сведения об авторе:

Ирина Игоревна Букина — студентка, группа 5402-4203020, факультет филологии и журналистики; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: bukinairina20@yandex.ru

Сведения о научном руководителе:

Виктория Валерьевна Трифонова — доктор исторических наук, доцент; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: vitolda08@yandex.ru