

УДК 316.346.32-057.875:004.738.5



Галина Остапенко,
старший викладач кафедри комп'ютерних наук
КНУКіМ

Маніпулятивні технології як загроза у соціально-комунікативних інтернет-практиках студентської молоді

У статті розглядаються різноманітні маніпулятивні технології, які використовуються на інтернет-ресурсах і можуть негативно впливати на соціально-комунікативні інтернет-практики студентської молоді.

Ключові слова: маніпулятивні технології, інтернет-практики, соціальна комунікація, соціалізація молоді, Інтернет, студентська молодь.

Сучасне людство існує в добу постмодернізму і розвинутого інформаційного суспільства, коли трансформація соціальної реальності змушує нас все більше уваги приділяти віртуальній реальності мережі Інтернет, яка є середовищем впливу на користувачів. І здійснюється він часто за допомогою маніпулятивних технологій.

Однією з найнезахищениших у цьому контексті вбачається *студентська молодь*, яка є особливою соціальною групою, що характеризується виконанням у суспільстві певних функцій, однозначною детермінованістю поведінки членів групи, цілісністю та самостійністю відносно інших соціальних груп, специфічними соціально-психологічними рисами та системою цінностей. Поміж особливих рис студентства як соціальної групи можна виділити такі:

- студентство є найпідготовленішою, найосвіченішою частиною молоді;

- спільність мети в отриманні вищої освіти, спільний характер праці — навчання, спосіб життя, активна участь у громадських справах ВНЗ — сприяють виробленню у студентів згуртованості;

- соціально значущою рисою студентства є пошук сенсу життя, прагнення до нових ідей і прогресивних перетворень у суспільстві. Однак через брак життєвого (соціального) досвіду, поверховості в оцінці явищ життя деякі студенти від справедливої критики можуть переходити до бездумного критицизму.

У роботах психолога Ю. Самаріна [3] виділено також низку суперечностей, притаманних цій категорії молоді. Поміж них виявлено й ті, що пов'язані зі значною кількістю інформації, яка надходить різними каналами та поглиблює знання студентів, але за відсутністю достатнього часу, а подекуди і бажання на її аналіз це може призвести до поверховості у знаннях та мисленні.

У своїй повсякденній діяльності студентська молодь застосовує *інтернет-практики* [21], під якими будемо розуміти сукупність дій та звичних способів поведінки, пов'язаних із використанням мережі для вирішення проблем, підвищення ефективності діяльності в різних сферах життя та задоволення комунікативних, інформаційних, інформаційно-комунікативних потреб в освіті, дозвіллі, побуті, особистісному спілкуванні.

Як наголошує вітчизняний дослідник соціальних комунікацій В. Різун [22], на сьогодні актуальним для соціокомунікативних досліджень є формування суб'єкт-суб'єктного підходу в системі соціального комунікування, а також

увага до протидій і ризиків у соціальній комунікації, зокрема ризиків, спричинених пасивністю суб'єкта-комуніканта.

Складний, системний характер такого явища, як маніпулятивні технології, потребує для свого цілісного осмислення залучення доробку всіх наук, об'єкт, предмет і завдання яких дотичні до проблем формування та застосування маніпулятивних технологій.

Висвітлення різних аспектів їхнього функціонування відбувається в системі наукових пошуків у галузі журналістики, соціальної філософії, соціології, психології, політології. В зазначених дослідженнях феномен маніпулятивних технологій, його різноманітні характеристики виступають як предмет досліджень або ж слугують загальнотеоретичною та загальнометодологічною основою.

У дисертаційному дослідженні Ф. Власенка [24] розглянуто питання соціалізації в умовах інформаційного суспільства і зроблено висновок, що включення індивіда в систему суспільних відносин здійснюється насамперед завдяки використанню сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що породжує тенденції переходу як до креативної моделі соціалізації, так і до збільшення можливостей маніпулювання свідомістю людей.

Умови запобігання маніпулятивним міжособистісним стосункам в юнацькому віці з точки зору психологічної науки розглянуто в дослідженні О. Прокоф'євої [25]. Авторка наголошує, що проблема маніпулятивних взаємин особливо значення набуває тоді, коли відбувається соціальне самовизначення особистості, стрімкий розвиток самосвідомості, формування духовних якостей і суспільно значущої поведінки; маніпулятивні взаємини небезпечні для розвитку особистості юнаків і дівчат загалом, оскільки вони обмежують їхню самоактуалізацію, індивідуальне зростання, що в результаті створює психолого-педагогічну проблему. Дослідниця доводить, що об'єктивними психологічними умовами запобігання маніпулятивним міжособистісним стосункам в юнацькому віці є зниження частоти включеності у такі стосунки шляхом усвідомлення й активного заперечення маніпуляції, зміна маніпулятивних взаємин з високим рівнем важливості та міцності на низький, з особами високого рівня контактності на низький.

Соціологічне дослідження маніпуляцій здійснено в роботі Б. Могузенка [23]. Науковець зауважує, що наявні знання про прийоми та засоби маніпуляцій виявляються недостатніми для осягнення загального механізму маніпулятивного впливу та вивчення його як різновиду соціальної комунікації на всіх рівнях здійснення. У роботі виявлено

вихідні засади явища маніпуляції з позицій соціології комунікації, завдяки чому стверджується його комунікативна природа, зумовлена інтенційним характером людських взаємодій у досягненні мети комунікації. Автором розроблено соціологічний зміст поняття "маніпуляція" як цілеспрямованої стратегічної соціальної дії, що тлумачиться як прихований вплив на реципієнта для досягнення комунікатором власної мети у взаємодії шляхом зміни думок, дій, поведінки реципієнта. Дослідник системно розглядає маніпулятивний вплив у соціокультурному контексті та доводить його соціокультурний характер, який полягає в маніпулюванні змістовними рисами комунікації в середовищі соціального дискурсу, а саме: вербальними та невербальними знаками, символами, ціннісними орієнтаціями реципієнта з урахуванням усіх умов ситуації комунікації.

Для пізнання специфіки розвитку та функціонування маніпулятивних технологій у різних соціокомунікативних середовищах та для різних учасників комунікаційного процесу велике значення мають праці, інтегровані розгляд яких дає змогу виокремити явище маніпуляції в соціальній комунікації як системне. Зокрема, варто звернути увагу на праці І. Гладкобородова — про маніпуляцію користувачами в Інтернеті з метою мотивації, І. Шиліна, С. Ющука — про маніпуляцію громадською думкою на інтернет-форумах, інтернет-розвідку, конкурентну розвідку та управління репутацією в Інтернеті, К. Льїна — про блоги як зброю в інформаційній війні, С. Коржова — про аудит інтернет-активності комп'ютера, К. Двойніної — про мовні маніпуляції в інтернет-дискурсі, А. Коррча — щодо маніпуляції думками в соціальних мережах, К. Функа — про шахрайство в онлайн-іграх, Г. Вишерки — перестороги щодо використання соціальних мереж та ін. [5; 7; 10; 11; 12; 13; 16; 17; 18].

Методологічно корисною для нашого дослідження є робота О. Холода [20], де пропонується розгалужувати всі соціально-комунікаційні технології за концепцією інмутації суспільства, відповідно до якої всі технології є маніпулятивними і поділяються на два типи: соціально-комунікаційні технології мутації та соціально-комунікаційні технології інмутації.

Серед технологій першого типу, які спрямовані на позитивне або нейтральне змінення поведінки соціуму, можна назвати: технології формування іміджу (іміджблдінг), управління інформації (спіндоктор), соціальних зв'язків (паблік рилейшнз), електронних мереж, рекламні та виборчі технології, блокування в країні мобільного зв'язку та Інтернету, обмін думками через блоги і записи на "стіні" електронних сторінок у соціальних мережах тощо [20].

До другого типу соціально-комунікаційних технологій інмутації запропоновано віднести: технології формування негативного іміджу (трешімідж), інформаційного охоплення (пропаганда), інформаційного протистояння-боротьби (інформаційні війни), чуток, електронних мереж (блокування еротичних та порнографічних сайтів, розповсюдження рефератів та дипломних робіт) [20].

Метою пропонованої статті є виявлення маніпулятивних технологій, що існують у мережі Інтернет та порушують безпеку користувачів, здійснення аналізу цих технологій для запобігання їхньому негативному впливу на студентську молодь.

Знання маніпулятивних технологій певною мірою захистить молоде покоління від розміщення в соціальних мережах великої кількості приватної інформації, дасть можливість прийняти правильне рішення щодо вибору платних або безоплатних ресурсів, приверне увагу до розумного сприйняття негативної інформації у стрічках новин та інших шокуючих повідомлень у мережі Інтернет.

Насамперед з'ясуємо значення слова "маніпуляція". За І. Кочневим, це спосіб впливу на особистість або групу осіб.

По суті, її результатом є зміна поведінки, думки, ставлення або виконання певних (бажаних) дій об'єктом маніпуляції (тобто тим, на кого ми впливаємо) [1].

В Інтернеті з'являється можливість впливати на свідомість не тільки деяких людей, а більшості користувачів певних сайтів, на яких розміщується цікава і захоплююча або необхідна для навчання чи роботи інформація. Тому можемо говорити про маніпуляції масовою свідомістю користувачів мережі.

У Вікіпедії під поняттям "маніпуляція масовою свідомістю" (або "маніпуляція громадською думкою") розуміють один зі способів управління людьми шляхом створення ілюзій або умов для контролювання поведінки. Цей вплив спрямований на психічні структури людини, здійснюється він потай, і його завдання — зміна думок, прагнень і мети користувачів у потрібному певній групі людей напрямі [4].

Способи маніпуляції можуть бути різноманітними, єдине, що їх пов'язує між собою, — це переінакшення думок споживачів інформації на користь певної особи або групи для отримання прибутків або іншої вигоди. До них можна віднести: явну брехню, повторення, роздратування, гнів, спокушання, підкуп, шантаж, погрози, залякування, сором і відчуття провини, сарказм, турботу, гордість, лестощі тощо [1]. До речі, "Словник іншомовних слів" [27, с. 339], даючи тлумачення цього поняття, називає й таке переносне, як "шахрайська витівка".

Увага на подібні речі звертається часто вже після усвідомленого маніпулятивного впливу. Молодь користується ресурсами Інтернету та комунікаційними технологіями найбільше серед вікових груп, тому що є найактивнішою. Вона проводить в Інтернеті багато часу, вмє користуватись сучасними інтернет-технологіями, легко освоює нові програми, найбільш мобільна, активна і зацікавлена в ресурсах світової мережі. Але, оскільки студентська молодь ще навчається, вона звертає меншу увагу на маніпулятивні дії в Інтернеті.

Інформаційні маніпуляції в Інтернеті містяться в спамі, у розповсюдженні спотворених відомостей, а ще — у недостовірній інформації та привабливих банерах з таким змістом. Інтернет і різні гаджети¹ легко впливають на людську свідомість. Вони здатні програмувати її на творення або руйнування [2].

Маніпулятивні дії можуть сприйматися користувачами як загроза їхній безпечній роботі і знаходженню в мережі. Загрози бувають найрізноманітнішими — від простої спам-реклами, яку ми часом виявляємо в своїй електронній скриньці, до витонченіших видів інтернет-шахрайства, створених спеціально для крадіжки реєстраційних даних користувачів соціальних мереж або, приміром, для зараження комп'ютерів троянською програмою-бекдором² [18].

Деякі з комунікаційних технологій спочатку були нейтральними, а згодом їх стали використовувати з певною метою. Наприклад, це відноситься до явища флуду³. На сьогодні використання його технології еволюціонувало до комунікативної стратегії, основними цілями застосування якої є: імітація діяльності, стиль спілкування, інформаційна війна, ускладнення пошуку інформації в певних інформаційних потоках, піар [19]. Оскільки нині Інтернет стає соціальним і комунікаційним інститутом, то частина реального світу деякою мірою зміщується в його віртуальний світ. Це призво-

¹ Гаджет (англ. gadget — "пристосування") — технічна новинка, що володіє гіперфункціональністю і здатна поєднати в одному предметі кілька інших.

² Програма-бекдор — програма, основним призначенням якої є приховане управління комп'ютером.

³ Флуд — той самий спам, але "прилюдний", у форумах, чатах і конференціях, мутний потік безглуздості, що заповнив комунікаційний простір.

дять до того, що "сторонні люди, і навіть не самі люди, а їхні віртуальні образи, починають впливати на рішення в реальному світі. Реальні гроші і реальна влада тепер залежать від думки, озвученої на спеціальних інтернет-майданчиках, часто — анонімами. Де-факто Інтернет впливає на думки людей і через нього — на прибутки компаній і дії державних чиновників" [8].

Ми не повністю згодні з автором цих рядків, але не звертати увагу на такі речі було б надто легковажно. Формувати масову прихильність або ворожість до певної особи (установ, предметів продажу) стає модним і дешевшим. "Засланий козачок" реалізує якесь із завдань інформаційної війни: "вкидання" компромату, непряме підтвердження іншого "вкидання", відволікання уваги, різні варіанти реклами, блокування ворожих дій конкурентів тощо. Так, за мінімальний час він формує яскравий образ (негативний, можливо, епатажний), який запам'ятовується або прив'язує до себе (примушує читати репліки і відповідати на них) хоча б кількох "справжніх" учасників; дискредитує потенційно небезпечних учасників або тих, які заважають, якщо в цьому є необхідність; вводить допоміжних персонажів (якщо вони передбачені сценарієм), функціями яких можуть бути: "пас" ведучому, підтримання активності теми, створення уявної протидії йому або ж видимих підтверджень його легенди тощо [8]. Для молоді також важливо знати про використання інтернет-технологій урядами різних країн як інструменту для реалізації власних планів. Останнім часом багато хто запитує, чому уряди багатьох країн "взялися" за Інтернет, починаючи з поправок у законі "Про авторське і суміжні права в Інтернеті"? Річ у тому, що Всесвітня мережа починає змінювати правила гри, сформовані системами, придумані світовою елітою [7].

Інтернет є глобальним і "персоніфікованим" інструментом у руках "прихованого" світового уряду для реалізації своїх планів, тобто свого світопорядку [8]. На думку І. Гладкобородова, маніпуляції в мережі є цілком нормальною справою: "Головний ресурс Інтернету — це користувачі. Немає користувачів — немає ні контенту, ні продажів, ні реклами, ніякого тобі краудсорсингу⁴ і угс, ні чекінів⁵, ні лайків. Т. Фукс, веб-розробник, наголошує: "Ти є покупцем продукту тільки коли платиш за нього. В іншому випадку ти і є продукт, який продають". Тому сайти зараз — це такі фабрики мотивації: їхні розробники змагаються у залученні основного ресурсу, який буде натискати лайк, твітити твіт⁶, робити рісеч [5]. Режим доступу до уяви людей — це можливість маніпулювати поглядами і принципами, бажаннями і потребами й досягати будь-якої мети без фізичного до того змушування [2].

Привертання уваги до тих чи інших ресурсів може відбуватися різними способами, адже увага — це можливість впливати і заохочувати до певних дій, бажано, щоб ці дії користувачів приносили прибуток певним колам.

Оскільки більшість зі студентської молоді зареєстровані в соціальних мережах, і кількість користувачів та відвідувачів соціальних мереж зростає, звернемо увагу на деякі особливості можливих маніпуляцій. Останнім часом в Інтернеті йде масова капіталізація соціальних мереж, вкла-

⁴ Краудсорсинг (англ. crowdsourcing, crowd — "натовп" і sourcing — "використання ресурсів") — передавання певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору).

⁵ Foursquare (чекіни) — геолокаційний сервіс, що допоможе вам зорієнтуватись на місцевості, розказати друзям про те, де ви знаходитесь, вибрати місце для спільних посиденьок тощо.

⁶ Твіттер (англ. twitter — "швірінкати", "шебетати", "базікати") — система, що дає змогу користувачам відправляти короткі текстові нотатки (до 140 символів), застосовуючи веб-інтерфейс.

даються великі гроші в розроблення програмних засобів, створюється ажіотаж навколо цих ресурсів для привертання більшої уваги користувачів та впливу на них. Наприклад, щодо соціальної мережі "Однокласники" використовувалися розбирання, суди, плітки, сенсація щодо купівлі-продажу живого журналу (ЖЖ) та інше [8].

Виховання власної гідності, можливості протистояти впливу недалекоглядних кумирів певних груп у мережі — таке завдання стоїть перед молоддю на сучасному етапі розвитку суспільства. Механізм "підвищеної довіри" до неформальних інформаційних потоків давно і продуктивно використовують політтехнологи і PR-фахівці для інформаційних "вкидань" різного характеру — від контрольованого витоку інсайдерської інформації до дезінформування противника, від політичної міфотворчості до негативізації іміджів конкурентів. У "реальному" інформаційному просторі основним неформальним каналом комунікацій служать чутки, в інтернет-просторі — соціальні мережі загалом і блогосфера зокрема [11].

Ще один тип загроз, який мігрував у соціальні мережі з систем інтернет-банкінгу⁷, — це програми для крадіжки паролів. Ці програми впроваджують частини свого коду в браузер користувача (в основному в Internet Explorer, іноді в Firefox) з метою викрадення реєстраційних даних ще до їхнього відправлення на сервер [18]. Більша частина молоді (за результатами статистичного дослідження, майже 80% студентів КНУКіМ) зареєстрована в соціальних мережах і на власному досвіді може переконавшись у можливості "співпраці" різних програм на комп'ютері з програмами соціальних мереж.

Такі сайти, як Facebook, часто дають змогу третім сторонам розробляти і додавати їхні власні програми в соціальну мережу і, зрештою, до профілів користувачів. Ці програми в багатьох випадках мають повний режим доступу до ваших персональних даних та профілю. Учасника мережі просять дати згоду на використання його персональних даних і часто навіть пропонують обрати, якими саме їхніми елементами він готовий поділитися. Однак програма, що використовує розумну техніку соціальної інженерії (наприклад, троянські програми), може змусити користувача віртуально оприлюднити всі його персональні дані [18].

Атакуючий блог — це об'єктивна реальність, яка при професійному підході дає гарний ефект. Він може виконувати функції блогу-провокатора, блогу-пастки, блогу-дискусії. Завдання будь-якого конкурентного розвідника (бізнес-розвідника) — отримати необхідну інформацію і спотворити існуюче інформаційне поле до необхідних параметрів [11]. Уважність до своїх реєстраційних даних, розуміння можливостей певних комунікаційних програм, методи ведення інформаційних війн — про це студенти університетів мають добре знати.

Спілкування в Інтернеті здійснюється також за допомогою ICQ, e-mail-агента, Skype, чатів. Більшість користувачів, які проводять у мережі багато часу, тобто "живуть" у віртуальному світі, залишають "сліди" свого перебування. У майбутньому отримати інформацію щодо перебування користувача на сайтах можна буде, маючи на старті тільки номер "аськи"⁸ [9].

⁷ Інтернет-банкінг (англ. online banking) — один із видів дистанційного банківського обслуговування, засобами якого доступ до рахунків та операції за ними забезпечується будь-коли та з будь-якого комп'ютера через Інтернет.

⁸ ICQ ("аська") — мережний протокол, який забезпечує миттєве відправлення та отримання текстових повідомлень, а також однойменна програма миттєвого обміну повідомленнями (клієнт), що реалізує цей протокол. Назва "ICQ" фонетично співзвучна англійській фразі "I seek you" (я шукаю тебе).

Нині існують програми, які збирають інформацію про користувача Інтернету та про його комп'ютер з ресурсами, наприклад, програмний комплекс WinTaylor та програма з нього від фірми NirSoft під назвою NirsoftMegaReport [12].

Для контролю перебування співробітників фірм в Інтернеті існують спеціальні експертні програми, які збирають відомості щодо перебування користувача на тих чи інших сайтах Інтернету. Частіше за все це пов'язано з передбаченням витоку службової інформації: програми-сканери прослідковують де, коли і чим займалися співробітники на робочому місці та кому надсилали інформацію особистого чи корпоративного характеру. Так, для користувачів Firefox існує утиліта, яка називається Foxanalysis, для Google Chrome — Chromeanalysis. Обидві програми англійські, обидві ці утиліти, за твердженням їхніх створювачів, були розроблені спеціально для судових експертиз і дають змогу переглядати не тільки куди заходив користувач за допомогою зазначених браузерів, а й які у нього були і є закладки, паролі, куки, тобто історію його інтернет-діяльності за весь період існування кеша, і все це із зазначенням дати, часу і можливості застосування різних фільтрів [12].

Хочемо звернути увагу і підтримати думку К. Двойної про те, що маніпулятивний вплив носить активний, цілеспрямований, емоційний і непродуктивний характер і чиниться у більшості випадків усвідомлено й підготовлено [13]. Власники сайтів часто стикаються з проблемою захисту своїх даних і сайту в цілому від хакерів, особливо якщо його існування пов'язане з бізнесом. У конкурентній боротьбі можна використовувати посилання на сайт з метою дезінформації, надання неправдивих відомостей щодо його власників або їхньої продукції.

Крім негативних чинників застосування маніпуляцій в Інтернеті, позитивним є можливість донесення через мережу до громадськості певних відомостей від осіб, які знаходяться в інформаційній блоkadі і тому не мають режиму доступу до ЗМІ. Це пов'язано з тим, що Інтернет при нинішньому стані засобів комунікацій заблокувати практично неможливо.

Вплив інтернет-форумів на користувачів. Відомо, що під час купівлі певних видів товарів та послуг користувачі Інтернету звертаються до різноманітної інформації, яка розміщується на форумах.

Існує все більше доказів того, що, перш ніж прийняти рішення про купівлю товарів, покупці знаходяться під впливом думок, висловлених на інтернет-форумах, тому у власників фірм існує спокуса маніпулювання сприйняттям покупців, тобто можна відправляти анонімні повідомлення та хвалити свою продукцію. Варто зазначити, що не всі з них користуються такими технологіями. Соціальні витрати онлайн-маніпуляції можуть бути зменшені за рахунок створення технологій, що збільшують собівартість маніпуляції й заохочують чесних користувачів активніше купувати вироби тієї чи іншої фірми [15].

Наступна маніпулятивна технологія стосується дискредитації статусних осіб. В Інтернеті є сайти, призначені для внесення в інформаційне співтовариство певного роду відомостей, що викликають дискредитацію тих людей, проти яких вони спрямовані. Основний склад фігурантів цих сайтів — посадові особи та державні інститути влади. Цілеспрямоване формування негативного образу будується приблизно так: вноситься смислово негативна домінанта (пряма образа); сумнів у чесності, професійних або службових якостях тих осіб, про яких іде мова; об'єкт включається в негативний ряд інформації; позиціонується на негативному смислового полі; відбувається пряме спотворення інформації [16].

Маніпулятивними є також технології, що стосуються ігрових форм дозвілля в мережі, оскільки вони використовуються для заохочення придбання додаткових аксесуарів, нових версій ігор тощо. З таких технологій, особливо онлайн-ігор, виросла ціла галузь економіки.

Торгівля в іграх відіграє важливу роль: гравці торгують зброєю, обладнаннями та іншими аксесуарами в особливій ігровій валюті. Учасники швидко встановлюють ринкову ціну товарів, а оновлення і доповнення, що випускаються виробниками ігор, приносять як аксесуари, які можна продавати і продавати, так і відчуття новизни у віртуальних світах. Ці товари і способи їхньої реалізації запобігають застійним явищам на віртуальному ринку, а розробники ігор стежать за тим, щоб він був збалансованим [17].

Основною рекомендацією щодо запобігання впливу маніпулятивних технологій є така: необхідно знати інформацію про використання маніпулятивних технологій у мережі Інтернет і, у разі необхідності, контролювати процес маніпулювання думкою, спрямовувати його в потрібному напрямі в потрібний час завдяки постійній соціальній активності. Насамперед це стосується власників бізнес-сайтів та посадових осіб.

Соціальна активність з миттєвим зворотним зв'язком: організація спілкування з цільовою аудиторією на соціальних майданчиках (форуми, мікроблоги); організація гарячих ліній для спілкування через соціальні мережі; миттєва нейтралізація негативних повідомлень та суджень на соціальних майданчиках; організація консалтингу та коучингу через соціальні мережі; прихований маркетинг у соціальних мережах; прихована реклама та просування на сервісах "питань і відповідей"; публікація статей з прихованою рекламою на соціальних майданчиках; створення служби підтримки для клієнтів через соціальні мережі; організація постійної онлайн-присутності представника бренду на соціальних майданчиках [16].

Для захисту інформації використовуються такі інструменти: нормативна база — правові документи, що забезпечують простір для функціонування системи; моделі — схеми для гарантування безпеки інформації; криптографія — засоби та методи кодування інформації для запобігання несанкціонованому режиму доступу до неї; антивірусні програми — цінні для розпізнавання та ізолювання шкідливих програм (вірусів, троянів тощо). Звичайно, за всім цим — люди, котрі втілюють в життя систему інформаційної безпеки (розроблення, впровадження, виконання, контроль) [4].

Сучасна молодь живе в складному інформаційному глобальному просторі, і перед нею стоїть не тільки проблема вибору інформаційних ресурсів, а й формування поглядів, суджень, культурних і суспільних цінностей, їй необхідно мати реальне уявлення про віртуальний простір мережі Інтернет та його безпечно використання.

Студентство як особлива соціальна група може підпадати під вплив маніпулятивних технологій під час соціально-комунікативної взаємодії в мережі Інтернет на всіх етапах та у різних сферах забезпечення комунікативних, інформаційних, інформаційно-комунікативних потреб в освіті, дозвіллі, побуті, особистісному спілкуванні. Тому важливим є отримання ним знань щодо використання маніпулятивних технологій у мережі, вироблення духовних якостей, інформаційної та комунікативної культури, етичної поведінки в мережі Інтернет і розуміння своїх ролі та місця в суспільстві в цілому.

Список використаної літератури

1. *Кочнев И.* 30 способов манипуляции людьми : ч. 1 (1—15) / Кочнев Илья. — Режим доступа: <http://iterant.ru/30-sposobov-manipulyacii-chast-1/>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
2. *Берегитесь* информационной манипуляции! // Информационная программа безопасности граждан. — Режим доступа: <http://www.ugrozet.ru/kompyuternaya-bezopasnost/401-beregites-informacionnoy-manipulyacii.html>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
3. *Самарин Ю. А.* Психология студенческого возраста и становление специалиста / Ю. А. Самарин // Вестник высшей школы. — 1969. — № 8. — С. 127—130.

4. *Манипуляция* массовым сознанием // Википедия. — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
5. *Гладкобородов И.* Что такое фабрика мотивации, или Почему в Интернете не стыдно манипулировать людьми / И. Гладкобородов // *Theory&practice*, 2009—2012. — Режим доступа: <http://theoryandpractice.ru/posts/2762-chto-takoe-fabrik-motivatsii-ili-rochemu-v-internete-ne-stydno-manipulirovat-lyudmi>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
6. *Новые* виды манипуляций на просторах интернета. Президенты на прицеле // Блог-платформа "YourVision" — Режим доступа: <http://yuvision.kz/post/238389>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
7. *Шилин И.* Выявление манипулирования общественным мнением на Интернет-форумах / Шилин Илья, Ющук Евгений. — Режим доступа: <http://ci-razvedka.ru/Find-a-manipulation-at-forums.html>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
8. *Интернет* — это орудие глобализации и манипуляции юзеров // Сайт "Лезгиар" — Режим доступа: <http://lezgin.ru/stati/internet-oruzhie.html>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
9. *Ющук Е. Л.* "Аська-предатель". Роль ICQ в конкурентной разведке / Е. Л. Ющук. — Режим доступа: http://ci-razvedka.ru/ICQ_as_betrayer/. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
10. *Ющук Е.* Корпоративный блог — "аптечка первой помощи" в кризисной ситуации, 2008 г. / Е. Ющук, А. Кузин. — Режим доступа: <http://ci-razvedka.ru/Corporate-Blogging-First-Aid.html>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
11. *Ильин К.* Блоги как оружие в информационной войне. В обороне и в нападении / К. Ильин. — Режим доступа: <http://ci-razvedka.ru/Blogs-as-Weapon-of-Information-War.html>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
12. *Коржов С.* Расследования инцидентов или проведение мероприятий по получению доказательств / С. Коржов // Блог Сергея Коржова. — Режим доступа: <http://ci-razvedka.ru/Audit-Internet-Aktivnosti-Komputera.html>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
13. *Двойнина Е. В.* Речевая манипуляция в Интернет-дискурсе : автореф. дис. ... канд. фил. наук / Двойнина Екатерина Владимировна. — 2010. — Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/rechevaia-manipulyatsiya-v-internet-diskurse>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
14. *Dellarocas Ch.* Strategic manipulation of Internet opinion forums: implications for consumers and firms (August 2004) / Chrysanthos Dellarocas. — Mode of access: <http://mansci.journal.informs.org/content/52/10/1577.abstract>. — Title from screen.
15. *Стаурина Н.* Способы манипуляции сознанием людей / Н. Стаурина. — Режим доступа: <http://www.wbc2t.ru/obshhestvo/3464/>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
16. *Коррч А.* Как манипулировать мнением в социальных сетях / А. Коррч // Виртуальный инфоцентр. — Режим доступа: <http://korrch.com/soviet/kak-manipulirovat-mneniem-v-sotsialnykh-setyakh>. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
17. *Функ К.* Мошенничество в онлайн-играх: развитие нелегальной игровой экономики / К. Функ // SECURELIST. — Режим доступа: http://www.securelist.com/ru/analysis/208050660/Moshennichestvo_v_onlayn_igrakh_razvitie_nelegalnoy_igrovoiy_ekonomiki. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
18. *Вишерски Г.* Опасности на пути пользователей социальных сетей / Г. Вишерски // SECURELIST. — Режим доступа: http://www.securelist.com/ru/analysis/208050630/Opasnosti_na_puti_polzovateley_sotsialnykh_setey. — Загл. с экрана. — Дата обращения: 11.06.12.
19. *Захарченко О. Б.* Функціональні можливості "флуду" як інструменту комунікації в Інтернет / О. Б. Захарченко // Світ соціальних комунікацій. — Т. 1. — 2011. — С. 49—51.
20. *Холод О. М.* Диференціація соціально-комунікаційних технологій / Холод О. М. // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия "Филология. Социальные коммуникации. — 2011. — Т. 24, № 4, ч. 1. — С. 105—110.
21. *Радкевич А. Л.* Социальные интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества : автореф. дис. ... канд. социол. наук / Радкевич Артем Леонидович ; Моск. гуманитар. ун-т. — М., 2009. — 26 с.
22. *Різун В.* Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. Різун // Сайт електронної бібліотеки Інституту журналістики. — Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=rozdlily&rozdil=6>. — Назва з екрана. — Дата звернення: 11.06.12.
23. *Мотузенко Б. І.* Соціокультурні аспекти маніпулятивного впливу : автореф. дис. ... канд. соціол. наук / Мотузенко Богдан Ігорович ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К., 2003. — 17 с.
24. *Власенко Ф. П.* Особливості соціалізації індивіда в умовах інформаційного суспільства : (соц.-філософ. аналіз) : автореф. дис. ... канд. філософ. наук / Власенко Федір Палович ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К., 2008. — 18 с.
25. *Прокоф'єва О. О.* Психологічні умови запобігання маніпулятивним міжособистісним стосункам у юнацькому віці : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Прокоф'єва Олеся Олексіївна ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. — К., 2010. — 21 с.
26. *Самарин Ю. А.* Психология студенческого возраста и становление специалиста / Ю. А. Самарин // Вестник высшей школы. — 1969. — № 8. — С. 127—130.
27. *Словник* іншомовних слів / уклад.: С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. — К. : Наук. думка, 2000. — 680 с.

В статтє рассматриваются различные манипулятивные технологии, которые используются на интернет-ресурсах и могут отрицательно влиять на социально-коммуникативные интернет-практики студенческой молодежи.

Different websites manipulating technologies which could have bad influence on student's social-communicative online practice have been analyzed.

Надійшла в редакцію 3 липня 2012 року