

Виявлення маніпуляції щодо потенційних покупців в онлайн спільноті

Андрій Пелешицин¹, Голуб Зоряна²

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м.Львів, вул.С.Бандери, 12,
E-mail: apele@gmail.com¹, zorianaholub@gmail.com²

The paper is devoted to development of methods and means for detecting manipulation in online communities on the basis of schemes and tactics of manipulation during offline communication through analyzing of discussions in online communities. The methods are exploit to detect a popular sales manipulation.

Ключові слова – інформаційно-психологічна маніпуляція, онлайн спільнота, модель тактики маніпуляції, транзакційний аналіз.

Популярним засобом швидкого досягнення односторонньо вигідних цілей є інформаційно-психологічна маніпуляція в онлайн спільнотах. Остання має негативні наслідки для звичайних учасників онлайн спільнот, комерційних і некомерційних організацій представлених в онлайн спільнотах, а також у деяких випадках становить загрозу національній безпеці.

Швидкість оновлення інформаційного наповнення та його великий об’єм утруднюють виявлення маніпуляції в онлайн спільнотах. Забезпечення достатнього рівня захисту користувачів онлайн спільнот від інформаційно-психологічних маніпуляцій вручну є дуже ресурсо-затратним, неуспішним та тривалим процесом. Саме тому, розроблення автоматизованих методів і засобів виявлення маніпуляції в онлайн спільнотах є актуальною проблемою.

Базуючись на методах та інструментах аналізу маніпуляцій в оффлайн спілкуванні [1, 2] та на розробленій на основі кусково-лінійних агрегатів моделі тактики маніпуляції [2], проведено аналіз спілкування в онлайн спільнотах та виявлено маркери маніпуляції. Потім здійснено перевірку ефективності застосування моделей тактик та маркерів маніпуляції для виявлення її прецедентів в онлайн спільнотах.

Одною з найпоширеніших маніпуляцій як в оффлайн, так і в онлайн середовищах є маніпуляція потенційними покупцями. Схема цієї маніпуляції описана у [3, 4] за допомогою транзакційного аналізу.

Транзакційний аналіз демонструє схему психологічного впливу на об’єкт маніпуляції, внаслідок якого об’єкт несвідомо приймає певне рішення. В схемах тактик маніпуляції зображених за допомогою транзакційного аналізу не передбачені маркери маніпуляції. Тому, словник маркерів маніпуляції потрібно створювати аналізуючи спілкування в онлайн спільнотах відносно цієї схеми.

Маркери, які використовуються у маніпуляції потенційними покупцями:

<здивування щодо поглядів> ::= {a} ‘ви що думали’ | ‘ти що думав’

– маніпулятор висловлює здивування щодо поглядів співрозмовника, таким чином стверджуючи що співрозмовник саме так і думав

<нереалістичність бажання покупця> ::= <твердження1> <твердження2>
'купити'

- суперечливі твердження

На основі виявлених маркерів маніпуляції та представлення цієї маніпуляції відповідно до моделі тактик маніпуляції виявлено прецедент маніпуляції в соціальній мережі Facebook в онлайн спільноті Людоньки, порадьте!. Нижче проаналізовано виявлену маніпуляцію та контекст, в якому вона відбувалася.

Ініціувальне повідомлення в обговоренні: терміново ! згадав ! у дружини через 3 доби днюха, обіцяв угги, за сьогодні у Львові бачив все що завгодно тікі не натуральні. Може хто бачив справжні і де ? дякую

Учасники обговорення реагують на цей допис і дають поради щодо купівлі та догляду: Південний є шкіряні і замшеві з цигейкою на резині 1800

Не забудьте ще додатково спеціальний догляд за ними придбати. Бо зіпсуються від вологи і снігу

В обговоренні з'являється користувач з прагматичною мотивацією, з наміром продати свій товар. маю в наявності

До обговорення долучаються інші учасних, зацікавлені у відповіді на поставлене питання: вони на цегейці? Який розмір? Хочу такі чорні низькі

Продемонстрований асортимент товару не задовольняє ініціатора: всім дякую за порятунок визначився. Іду вкопувати гроші та завтра за угги на київ

Обгрунтована відмова ініціатора від купівлі товару, може знизити бажання здійснити покупку інших учасників та читачів обговорення. Тому для того, щоб «реабілітувати» свій товар продавець вдається до маніпуляції. Маніпуляція полягає у наступному: показати що бажання ініціатора є нереалістичними, а пропозиція маніпулятора вигідна щодо співвідношення ціни і якості.))) а ви що думали натуральні за 200гр купити?)) маю багато варіантів, надімаєте пишіть)

Література

1. Доценко Е. Л. Психология манипуляции / Е. Л. Доценко. Москва: ЧеРо, 2001. 344с.;
2. Berne E. *Games People Play – The Basic Hand Book of Transactional Analysis* / E. Berne New York: Ballantine Books, 1964. P. – 81;
3. Peleschyshyn A. *Methods of Real-time Detecting Manipulation in Online Communities* / A. Peleschyshyn, Z. Holub, I. Holub // *Materials of the XI-th International Scientific and Technical Conference CSIT 2016 “Computer Sciences and Information Technologies”*, 2016.;
4. Голуб З.Д. *Моделювання маніпулятивної тактики за допомогою кусково-лінійного агрегата* / Голуб З.Д.// *Матеріали 5-ої міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство 2016»*. – Львів-Славське, 2016. – С. 80-81.