

УДК 1:16(161)

DOI <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2023.3.7>**Крикун Віталій Юрійович**

кандидат філософських наук, доцент,

доцент кафедри логіки

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

вул. Володимирська, 60, Київ, Україна

orcid.org/0000-0002-2531-0414**Бауліна Таміла Ельханівна**

кандидатка філософських наук,

доцентка кафедри логіки

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

вул. Володимирська, 60, Київ, Україна

orcid.org/0000-0001-8358-5582

«ІНФОЦИГАНСТВО» ЯК ЯВИЩЕ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ

Стаття присвячена аналізу «інфоциганства» як одного з небезпечних явищ в українському медіапросторі. **Метою статті** є дослідження сутності, особливостей «інфоциганства» як явища та його впливу на суспільство, медіапростір та освіту. **Основними завданнями статті** є: виявлення сутності «інфоциганства», визначення передумов його успішного функціонування, з'ясування характеру наслідків від діяльності інфоциган. **Теоретико-методологічні засади** дослідження ґрунтуються на принципах наукової об'єктивності, неупередженості та системності. Під час проведення дослідження були використані загальнонаукові, філософські та спеціальні методи пізнання соціальних явищ, зокрема загальні методи аналізу, синтезу, компаративний метод. Авторами досліджується низка питань, серед яких варто виокремити такі: значення інформації в життєдіяльності сучасної людини; явище інформаційної революції; становлення терміну «інфоцигани»; потенціал інформації як засобу ведення бізнесу; сучасний стан та перспективи онлайн-освіти. **Результати дослідження.** Особливу увагу в статті приділено дослідженню когнітивно-психологічних особливостей людини, які здатні суттєво полегшити процес маніпулювання нею. Визначено, що серед багатьох когнітивних упереджень варто звернути увагу на декілька, які найбільше сприяють ефективності «інфоциганства», а саме: упередження виживання (помилка того, хто вижив), ефекти доктора Фокса, ореолу та Даннінга-Крюгера. Максимальний результат досягається за рахунок поєднання можливостей впливу зазначених ефектів. Авторами обґрунтовується, що через відсутність нормативної бази, низький рівень навички критичного мислення та ефективного використання когнітивних упереджень інформаційний бізнес в Україні перебуває під значним впливом шахраїв, що формує суттєві загрози як для населення країни, так і для освітньої системи, яка через пандемію Covid-19, російську військову агресію та загальносвітову тенденцію до цифровізації поступово рухається у напрямку онлайн формату. Подальше поширення «інфоциганства» як явища медіапростором України здатне в значній мірі підірвати довіру людей до ефективності онлайн-освіти і освітньої системи в цілому.

Ключові слова: інформація, «інфоциганство», освіта, когнітивні упередження, інформаційна революція.

Актуальність обраної теми полягає у зростанні впливу інформації на життя як окремої людини, так і суспільства в цілому, що призводить до приверненню уваги до питань інформаційної політики та безпеки, навичок критичного мислення та інформаційної гігієни, а також різних форм інформаційного шахрайства.

Мета статті полягає у дослідженні сутності «інфоциганства» як явища та його впливу на суспільство, медіапростір та освіту.

Завдання дослідження:

- розглянути значення інформації для сучасного суспільства;
- з'ясувати сутність «інфоциганства» як явища;
- виявити передумови, що сприяють успішності «інфоциганства»;
- визначити наслідки від «інфоциганства» та можливі засоби протидії.

Теоретико-методологічні засади дослідження ґрунтуються на принципах наукової об'єктивності, неупередженості та системності. Під час проведення дослідження були використані загальнонаукові, філософські та спеціальні методи пізнання соціальних явищ, зокрема загальні методи аналізу, синтезу, компаративний метод.

Результати дослідження. Бурхливий розвиток технологій, обумовлений науково-технічним прогресом, за останнє століття значно змінив життя людей. Оцінка подібних змін є досить складним завданням, оскільки комусь вони принесли покращення, а комусь погіршення в житті, і подібні процеси відбуваються протягом усієї історії людства. В якості прикладу можна навести повстання Луддитів (англ. luddites), які на початку XIX ст. в Англії боролись проти активного залучення механізмів, пристроїв під час промислової революції. Причиною цього повстання і багатьох інших стала неготовність людей до змін. Особливо це стосується людей старшого віку, оскільки молодь адаптується швидше. Процеси, що відбуваються в сучасному світі дозволяють впевнено говорити про інформаційну революцію, оскільки ми спостерігаємо за активним і регулярним впровадженням в життя нових засобів оброблення, збереження та передавання інформації. Цей процес триває постійно і проходить швидкими темпами – те, що вважалось сучасним вчора, завтра визнається застарілим. Проблематика інформаційних революцій привертає чимало уваги дослідників. Так, І. Ковалів, узагальнюючи наявні підходи, пропонує виділити декілька інформаційних революцій в історії людства:

- 1) перша пов'язана з винайденням писемності: давні шумери близько трьох тисяч років до н. е. створили клинопис, що уможливило передавання знань між людьми без прямого спілкування;
- 2) початок другої пов'язують з винайденням Й. Гутенбергом (1453) у Німеччині книгодрукування та його швидке поширення у XVI–XVII ст.;
- 3) третя дещо розтягнута в подіях та часі (кінець XIX – початок XX ст.) і пов'язується з низкою винаходів, а саме: 1826 р. – фотографія, 1832 р. – телеграф, 1876 р. – телефон, створення у 1895 кіно та радіо, у 1930-ті рр. – телебачення;
- 4) четверта пов'язана з винаходом мікропроцесорної технології і персонального комп'ютера, а її символом можна вважати всесвітню мережу Інтернет, що уможливило глобальний інформаційний обмін.

Щодо сучасного стану речей, коли ми спостерігаємо домінування мережі інтернет та надшвидкої передачі інформації, І. Ковалів зазначає, що на комп'ютерно-інтернетівському етапі комунікаційного розвитку людства відбувається інформаційно-соціальна революція: широке виробництво інформації вперше стає економічно-організаційною основою суспільства [1].

Отже, можна прийти до висновку, що сучасний світ перебуває в умовах чергового етапу інформаційної еволюції і з приводу цього виникає запитання: чи готове людство до подібного процесу? Дійсність демонструє, що значний відсоток людей не готові.

Розглядаючи інформацію як економічно-організаційну основу суспільства, необхідно усвідомити, що інформація перетворилась на один із засобів ведення бізнесу з низкою відповідних наслідків, а саме:

- 1) інформація є необхідною підставою під час прийняття рішень і формування світогляду людини в цілому;
- 2) в умовах сучасного інформаційно орієнтованого суспільства інформація стає засобом швидкого збагачення;
- 3) можливість швидкого збагачення за умови відсутності прозорих критеріїв достовірності інформації відкриває значні перспективи для різноманітного шахрайства.

Прикладом подібного інформаційного шахрайства у сьогоденні можна вважати явище, яке в сучасному медіапросторі отримало назву «інфоцигани».

«Інфоциганство»

В українському медіапросторі все частіше починає зустрічатись поняття «інфоцигани» (автори статті вважають термін не толерантним, але вживають через його поширеність та відсутність більш доречного). Зміст означеного поняття ще знаходиться в процесі свого становлення, але спираючись на погляди низки українських медіаекспертів можна виокремити ряд притаманних йому ознак і серед них можна виділити такі:

- різновид шахрайства в сфері інфобізнесу – продаж курсів, тренінгів тощо;
- суб'єкт закликає широкий загал придбати знання та навички, хоча насправді пропонує лише заклики щодо самовдосконалення, які позбавлені практичної цінності;
- успішність впливу досягається завдяки апеляції до людських слабкостей (прагнення до luxury-життя, бажання легко і швидко вирішувати життєві проблеми тощо);
- суб'єктом створюється імідж успішної людини (коштовні речі, привабливий зовнішній вигляд, фото з відомими персонами тощо).

Формула діяльності інфоциган виглядає досить зрозумілою: «я успішна людина і досягнув цього швидко і легко, якщо ти мені заплатиш гроші, то я навчу тебе як досягнути такого ж результату». Зрозуміло, що питання достовірності рекламної інформації і корисності такого «навчання» не обговорюється.

Походження самого слова «інфоцигани» достовірно не відоме і його варто віднести до народної творчості. Появу в медіапросторі поняття «інфоцигани» пов'язують із супутнім поняттям, а саме «інфошлак», яким називають неякісну, малокорисну інформацію, яку виставляють на продаж в привабливій обгортці, а людей, що своїм іміджем забезпечують продаж подібної інформації, стали називати «інфоциганами». Згадка про «циган» у назві має характер метафори і описує діяльність осіб, що проводять продаж інфошлаку, який відбувається в яскравій, позитивній атмосфері, а присутня аргументація містить апеляції не до логосу, а до етосу та патосу.

Процес становлення в Україні «інфоциганства» як явища починається з початку XXI, коли в медіапросторі (передусім в мережі інтернет) починають з'являтися різного роду навчальні курси та програми. Але етап розквіту безсумнівно пов'язаний із пандемією Covid-19, яка змусила багатьох українців працювати і навчатись дистанційно, як наслідок, запити на варіанти заробітків онлайн суттєво зросли. Саме починаючи з 2020 року поняття «інфоцигани» активно шириться українським медіапростором, а функціонування таких платформ як «Instagram», «YouTube», «Tik-Tok» та їх аналогів забезпечують інфоциган зручними умовами для своєї діяльності.

Чи є діяльність інфоциган шкідливою? Безсумнівно, так, оскільки постраждали від їх діяльності люди не лише втрачають власні кошти, але й в цілому до сфери онлайн-освіти суттєво втрачається довіра, хоча в цивілізованих країнах спостерігається зростання інтересу до дистанційного навчання. Дослідження проведені Global Market Insights зазначають, що обсяг ринку онлайн навчання, який у 2019 році становив близько 200 млрд. доларів, до 2026 р. може збільшитись до 375 млрд. доларів, а до 2028 року досягнути 1 трильйону доларів США [2].

Що сприяє діяльності інфоциган? На нашу думку таких причин декілька, серед них можна виокремити такі:

- 1) відсутність в Україні законодавчої бази, яка б регламентувала і сприяла контролю над такого роду діяльністю;
- 2) низький рівень навички критичного мислення у населення;
- 3) використання інфоциганами низки психологічно-когнітивних особливостей людини, серед яких варто звернути увагу на такі: ефект доктора Фокса, упередження виживання (помилка того, хто вижив), ефект Даннінга-Крюгера, ефект ореолу.

Ефект доктора Фокса

Сутність ефекту доктора Фокса була розкрита завдяки низці дослідів, які були проведені на початку 1970-х рр. Було обрано дві групи піддослідних серед студентів медичного інституту і кожна група прослухала лекцію на тему «Математична теорія ігор в освіті лікарів», але одну

лекцію провів професійний викладач, фахівець, а другу професійний актор, який обрав собі псевдонім «Доктор Майрон Фокс». Зрозуміло, що запрошений актор був мінімально знайомий із запропонованою проблематикою, але його невербальні засоби впливу (зовнішній вигляд, міміка, жести, інтонація тощо) під час виступу перед студентами були задіяні максимально. Більш того, дослідники стимулювали актора використовувати під час виступу неологізми, багатозначні висловлювання, суперечливі думки тощо. Після лекцій дослідники провели опитування щодо вражень студентів і цікавились не лише оцінками лекторів (було цікаво / не цікаво), але й загальною оцінкою корисності лекції. На здивування дослідників, студенти вище оцінили лекцію саме від актора, який великою кількістю невербальних засобів зміг успішно компенсувати брак компетентності, помилки та суперечності у змісті лекції.

За результатами експерименту дослідниками було запропоновано ефект «ілюзії навчання» (illusion of having learned) [3, p. 630]. Виникненню «ілюзії навчання» сприяє низька компетентність слухачів щодо теми лекції, але саме брак знань формує у людей запит на здобуття інформації, навичок. Отже, можна зробити висновок, що на викладачів покладена додаткова відповідальність, яка обумовлена їх статусом, завдяки якому слухачі значно менш критично ставляться до нього, як до джерела інформації. З іншого боку, варто пам'ятати про важливість емоційно-мотиваційного компонента в освітньому процесі.

Автори експерименту, підсумовуючи результати, приходять до низки висновків, серед яких в аспекті переконливості ораторського виступу варто звернути увагу на такий: в процесі навчання важливим фактором виявляється мотивація студента, стимулювання якої ефективно забезпечує експресивність, активне залучення оратором невербальних засобів впливу [3, p. 635].

Після проведення першого експерименту з'явилось чимало скептиків і відбулось декілька його повторень, які хоча й поставили під сумнів окремі результати, але в цілому підтвердили основний висновок. Так, на підставі власного експерименту дослідники підтвердили попередні результати – «... що експресивний лектор може викликати позитивні оцінки студентів, незважаючи на брак змісту» [4].

Ефект доктора Фокса безсумнівно сприяє введенню в оману аудиторії, спираючись на статус спікера та активне використання невербальних засобів впливу. Також зазначений ефект фокусує увагу на загрозі, яка постає перед усіма викладачами і полягає у можливості приховати неякісний контент за привабливим поданням.

Упередження виживання (помилка того, хто вижив)

Сутність цього когнітивного ефекту полягає у тому, що під час аналізу інформації і формуванні висновків увага концентрується лише на успішних випадках, а неуспішні ігноруються. Тобто відбувається маніпулювання статистичними даними, оскільки дослідником опанована лише частина з загального масиву важливої інформації. Як наслідок, коли певній людині не вдається досягнути бажаного результату, спираючись лише на успішні приклади, вона щиро дивується, чому все пішло не так, як планувалось.

Сутність упередження виживання можна проілюструвати на одному історичному прикладі. Під час II світової війни була сформована дослідницька група, яку очолив математик Абрахам Вальд (Abraham Wald). Перед групою було поставлене завдання по зменшенню втрат американської військової авіації. Матеріал для аналізу становили статистичні дані про пошкодження літаків, яким вдалось повернутись на базу. На перший погляд, необхідно було вимагати підвищення рівня захисту постраждалих місць цих літаків. Але А. Вальд міркував по-іншому – якщо отримані пошкодження дозволили літакам повернутись, отже, вони не є критичними для виживання літака і варто зміцнювати інші місця, ушкодження яких матиме летальні наслідки. Вальд запропонував покращити бронезахист кабіни пілота, паливної системи та двигуна [5]. Вже після II світової війни, аналізуючи рештки збитих літаків, дослідники визнали саме ці елементи життєво важливими.

Для діяльності інфоциган упередження виживання є надзвичайно важливим, оскільки в переважній більшості випадків обіцянки швидкого успіху побудовані саме на окремих

позитивних прикладах (навіть не враховуючи питання їх достовірності), а не успішні в принципі не розглядаються.

Ефект Даннінга-Крюгера

Ефект Даннінга-Крюгера (David Dunning, Justin Kruger) змістовно описує притаманне людині когнітивне спотворення самооцінки, яке призводить до формування надлишкової впевненості у власній обізнаності. На думку авторів подібне спотворення виникає внаслідок поєднання двох факторів:

- низької компетентності в певній проблематиці, що не дозволяє приходити до достовірних висновків під час аналізу інформації або при прийнятті рішень;
- низького рівня навички критичного мислення, що не дозволяє усвідомити власну некомпетентність [6, р. 1121].

Підставою для проведення відповідного дослідження став дивний злочин, коли злодій здійснив пограбування банку, не ховаючи свого обличчя від відеокамер, і, як наслідок, був дуже швидко визначений і заарештований. У ході розслідування виявилось, що злодій був впевнений у своїй безкарності, оскільки він наніс на власне обличчя лимонний сік. Його міркування були такими: відомо, що змішавши лимонний сік з водою можна отримати рідину, яка стає видимою після нанесення на папір лише під впливом тепла, а уникаючи близького контакту з джерелами тепла можна приховати власне обличчя під маскою з лимонного соку. Слідство визнало злодія психічно здоровою людиною, яка діяла не під впливом психотропних речовин.

За результатами дослідження автори сформулювали 4 висновки щодо дії ефекту:

- 1) некомпетентні особи різко переоцінюють свої здібності відносно об'єктивних критеріїв, ніж більш компетентні;
- 2) некомпетентні особи будуть страждати від дефіциту метакогнітивної навички (свідоме ставлення до власної мисленнєвої діяльності);
- 3) некомпетентні люди є менш здатними до об'єктивного співставлення власних можливостей з можливостями інших людей в умовах соціальної взаємодії;
- 4) некомпетентні можуть усвідомити власні помилки в першу чергу завдяки фіксації подібних помилок у більш компетентних людей [6, р. 1122].

Природу зазначеного ефекту Д. Даннінг та Д. Крюгер пояснюють завдяки співставленню з анозогнозією, станом людини який має два основні прояви:

- 1) ураження головного мозку – неусвідомлення дефекту власного тіла, наприклад, паралічу кінцівок;
- 2) психічний розлад, коли пацієнт не усвідомлює та не критично ставиться до свого захворювання, до власних можливостей [7].

Даннінг та Крюгер зазначають, що некомпетентність, як і анозогнозія, не тільки спричиняє низьку продуктивність людини, а також і нездатність розпізнати (усвідомити) це [6, р. 1130]. Тобто, відбувається ігнорування нашою свідомістю, розумом факту власної некомпетентності.

Ефект Даннінга-Крюгера доповнює дію ефекту доктора Фокса і має бути сигналом для критично мислячої людини – чим більш категоричні судження висловлює спікер, чим більш радикальною і позбавленою сумнівів є його позиція, тим під більшим впливом зазначених ефектів перебуває відповідний мовець.

Ефект ореолу

Едвард Лі Торндайк (Edward Lee Thorndike) – американський психолог і педагог, був одним із перших, хто провів експерименти щодо ефекту ореолу, а також запропонував цю назву у своїй роботі за 1920 рік «Постійна помилка в психологічних рейтингах» (A constant error in psychological ratings). У статті мова йде про дослідження, яке було проведено у 1915 році серед співробітників двох великих корпорацій. Виявилось, що оцінюючи людину з різних аспектів: інтелект, працьовитість, технічні навички, надійність тощо, експертам не вдалося проаналізувати ці різні аспекти характеру людини та дослідити їх незалежно один від одного [8, р. 25]. Таким чином, на оцінку щодо особистості в цілому впливало загальне враження про неї.

Отже, ефект ореолу (halo effect) (від англ. halo – ореол, сяйво і лат. effectus – дія, результат) можна визначити як когнітивне упередження, яке є наслідком поспішного узагальнення щодо вражень про особистість, орієнтуючись на певні її позитивні якості. Наприклад, гало-ефект буде проявлятися тоді, коли на основі певних досягнень в якійсь сфері, ці позитивні враження про особу автоматично перейдуть на оцінку інших сфер її діяльності, які навіть і не пов'язані між собою. Іншими словами, «помилка ореолу є результатом загальних вражень оцінювачів про особу, що впливає на їхні оцінки тієї самої особи за іншими концептуально подібними чи несхожими атрибутами» [9, р. 579].

Прикладом помилки ореолу буде, наприклад, загальне враження від анонсу майбутнього лектора (коуча, тренера тощо) з будь-якої причини, що вплине на оцінку цього лектора за іншими, можливо, зовсім не пов'язаними вимірами. Таким чином, маємо справу з наданням особистості більш високої оцінки, ніж це може бути насправді, тобто виникає упереджене судження щодо того, кого оцінюють. Також видається можливим простежити аналогію ефекту ореолу з поширеною логічною помилкою «поспішне узагальнення» («secundum quid»), яка виникає при узагальненні без достатніх на те підстав.

Таким чином, звертаючись до теми інфоциганства, стає очевидним, що ефект ореолу можна виділити як ще одну суттєву рису щодо цього феномену, оскільки саме інфоцигани використовують позитивний ефект ореолу, щоб схилити своїх «жертв» до придбання запропонованого контенту.

Висновки. Не викликає сумнівів надважливе знання інформації в різноманітних сферах діяльності людини, особливо в сучасності, коли людство перебуває на етапі чергової інформаційної революції. Важливість обумовлює коштовність і сприяє виникненню різного роду шахрайських дій, які так чи інакше пов'язані із поширенням інформації. З давніх часів відбувається боротьба між людьми, які прагнуть поширювати достовірну, корисну для людей інформацію, з тими, хто прагне за рахунок введення інших в оману отримати для себе матеріальні або іміджеві здобутки. Яскравим прикладом подібної боротьби можна вважати протидію Сократа, Платона та Аристотеля софістичним практикам за часів Стародавньої Греції.

Інфоциганство як явище сучасного українського медіапростору набуває все більш загрозливих форм, оскільки активно поширюється через відсутність контролю з боку держави і суспільства та наявність сприятливих умов, а саме ефективність низки когнітивно-психологічних ефектів. На нашу думку в діяльності інфоциган фундаментальне значення відіграють ефекти доктора Фокса та упередження виживання (помилка того, хто вижив), оскільки перший відкриває можливість замість якісного змісту створювати серед аудиторії «враження навченості», передусім завдяки невербальним засобам впливу, а другий формує надію на легкий та швидкий успіх на підставі одного (не факт, що достовірного) прикладу. Можливість оренди luxury-речей, потужності Fotoshop та інші механізми дозволяють інфоциганам створювати імідж успішних людей і торгувати в мережі «повітрям», замість знань та навичок. «Бізнес-тренер» розпочинає свій вплив із підготовленої легенди про неймовірну історію власного успіху й успіху його «послідовників».

Ефект ореолу також в значній мірі полегшує завдання інфоциганства, оскільки саме впізнаність людини, його популярність в окремій сфері формує певну довіру до його думок з будь-якого приводу. Звісно мова йде не про сліпу віру, але впізнаність надає початкову довіру, якої позбавлені незнайомі люди.

Ефект Даннінга-Крюгера в свою чергу пояснює, чому самовпевнені, але низькокваліфіковані люди створюють чимало проблем і для себе, і для оточення. Таким чином, схильність до помилкових суджень, а також до хибних висновків, обумовлює прийняття невдалих рішень, через які постраждалими можуть бути велика кількість людей.

Небезпека інфоциганства полягає також у дискредитації освітніх проєктів у мережі інтернет, а зважаючи на невпинне зростання ринку онлайн-освіти, подібна загроза здатна призвести до втрати довіри до освітньої системи в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковалів І. Р. Історичні етапи інформаційних революцій. Енциклопедія Сучасної України [Інтернет]. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. 2011. URL: <https://esu.com.ua/article-12800>
2. Research report by Global Market Insights, Inc. 2022. URL: <https://www.gminsights.com/pressrelease/elearning-market> (дата звернення: 14.08.2023).
3. Naftulin D. H., Ware J. E., Jr, & Donnelly F. A. The Doctor Fox Lecture: a paradigm of educational seduction. *Journal of medical education*. 1973. 48(7). P. 630–635.
4. Peer E., Babad E. The Doctor Fox Research (1973) Re-Revisited: «Educational Seduction» Ruled Out. *Forthcoming in Journal of Educational Psychology*. 2012. 32 p. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2174409>
5. Hollings A. A mathematician's war: How Abraham Wald helped win World War II without ever firing a shot. 2018. URL: <https://sofrep.com/news/a-mathematicians-war-how-abraham-wald-helped-win-world-war-ii-without-ever-firing-a-shot/>
6. Kruger J., Dunning D. Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1999. 77(6). P. 1121–1134. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1121>
7. Чабан О. С. Анозогнозія. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Анозогнозія> (дата звернення 30.08.2023).
8. Thorndike E. L. A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied Psychology*. 1920. 4(1). P. 25–29. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0071663>
9. Feeley T. H. Comment on halo effects in rating and evaluation research. *Human Communication Research*. 2002. 28(4). P. 578–586. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00825.x>

REFERENCES

1. Kovaliv, I. R. (2011). Istorychni etapy informacijnyh revoljucij. [The historical stages of information revolutions]. Encyklopedija Suchasnoi' Ukraïny [Internet]. Kyi'v : Instytut encyklopedychnyh doslidzhen' NAN Ukraïny. URL: <https://esu.com.ua/article-12800> [in Ukrainian].
2. Research report by Global Market Insights, Inc. (2022). URL: <https://www.gminsights.com/pressrelease/elearning-market> (data zvernennja: 14.08.2023).
3. Naftulin, D. H., Ware, J. E., Jr, & Donnelly, F. A. (1973). The Doctor Fox Lecture: a paradigm of educational seduction. *Journal of medical education*. 48(7). P. 630–635.
4. Peer, E., Babad, E. (2012). The Doctor Fox Research (1973) Re-Revisited: «Educational Seduction» Ruled Out. *Forthcoming in Journal of Educational Psychology*. 32 p. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2174409>
5. Hollings, A. (2018). A mathematician's war: How Abraham Wald helped win World War II without ever firing a shot. URL: <https://sofrep.com/news/a-mathematicians-war-how-abraham-wald-helped-win-world-war-ii-without-ever-firing-a-shot/>
6. Kruger, J., Dunning, D. (1999). Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*. 77(6). P. 1121–1134. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1121>
7. Chaban, O.S. Anozognozija. Velyka ukrai'ns'ka encyklopedija. [Anosognosia. Great Ukrainian encyclopedia]. URL: <https://vue.gov.ua/Anozognozija> (data zvernennja: 30.08.2023). [in Ukrainian].
8. Thorndike, E. L. (1920). A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied Psychology*. 4(1). P. 25–29. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0071663>
9. Feeley, T. H. (2002). Comment on halo effects in rating and evaluation research. *Human Communication Research*. 28(4). P. 578–586. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00825.x>

Krykun Vitalii Yuriiovich

Candidates of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Associate Professors at the Department of Logic
Taras Shevchenko National University of Kyiv
60, Volodymyrska str., Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0002-2531-0414

Baulina Tamila Elkhanivna

Candidates of Philosophical Sciences,
Associate Professors at the Department of Logic
Taras Shevchenko National University of Kyiv
60, Volodymyrska str., Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0001-8358-5582

**«INFOCYGANISM» AS A PHENOMENON
OF THE MODERN UKRAINIAN MEDIA SPACE**

The article is devoted to the analysis of «infocyganism» as one of the dangerous phenomena in the Ukrainian media space. The purpose of the article is to study the essence, features of «infocyganism» as a phenomenon and its impact on society, media space and education. The main tasks of the article are: identifying the essence of «infocyganism», determining the prerequisites for its successful functioning, clarifying the nature of the consequences of the activities of infocygans. The theoretical and methodological foundations of the research are based on the principles of scientific objectivity, impartiality and systematicity. During the research, general scientific, philosophical, and special methods of learning social phenomena were used, including general methods of analysis, synthesis, and comparative methods. The authors investigate a number of issues, among which the following should be highlighted: the importance of information in the daily life of a modern person; the phenomenon of the information revolution; formation of the term «infocygans»; the potential of information as a means of conducting business; current state and prospects of online education. The article pays special attention to the study of cognitive and psychological features of a person, which can significantly facilitate the process of manipulating him. Among the many cognitive biases identified, a few that contribute most to the effectiveness of «infocyganism» are: the Dr. Fox effect, survivorship bias (survivor bias), the halo effect, and the Dunning-Kruger effect. The maximum result is achieved by combining the possibilities of influencing the specified effects. The authors substantiate that due to the lack of a regulatory framework, a low level of critical thinking skills and the effective use of cognitive biases, the information business in Ukraine is under the significant influence of fraudsters, which forms significant threats both to the country's population and to the educational system, which due to the Covid-19 pandemic, russian military aggression and the global trend towards digitalization is gradually moving towards the online format. The further spread of «infocyganism» as a phenomenon in the media space of Ukraine is capable of significantly undermining people's confidence in the effectiveness of online education and the educational system as a whole.

Key words: information, «infocyganism», education, cognitive biases, information revolution.