

V. ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

УДК 070:304:336.7

© **Інна Левченко**, асп., НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2022 р.

Науковий керівник: О. В. Тріщук, д-р наук із соц. ком., проф., НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

«ІНФОДЕМІЯ» ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ВАЛЮТНОГО РИЗИКУ

Проаналізовано «інфодемію» як явище поширення дезінформації та створення паніки в інформаційному середовищі; досліджено способи реагування на «інфодемію» на прикладі комунікаційної діяльності Національного банку України.

Ключові слова: комунікація; вплив інформації; інфодемія; зв'язки з громадськістю; аудиторія.



It was analyzed the information pandemic as a phenomenon of spreading misinformation and creating panic in the information environment and investigated the ways of responding to the information pandemic on the example of the communication activity of the National Bank of Ukraine.

Keywords: communication; the impact of information; information pandemic; public relations; audience.

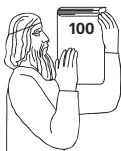
Ключовими подіями, які радикально змінили комунікацію у світі, стала пандемія COVID-19, однак для України до цього переліку слід додати війну з Російською Федерацією. Зокрема саме ці події сприяли тому, що за останні кілька років медіа частіше почали ототожнювати зі словами «дезінформація», «фейк», «інформаційна епідемія».

Протягом грудня 2021 року та січня 2022 року інформаційне середовище, яке було переповнене згадками про геополітичне напруження біля кордонів України,

спричинило «інфодемію» — поширення неточної інформації та чуток і як результат — панічні настрої на валютному ринку.

За даними Google Trends, пошуковий запит користувачів в Україні досяг пікового росту за темою «курс долара» з січня 2022 року. Пікові показники датуються 23–29 січня 2022 року, 20–26 лютого 2022 року та 6–12 березня 2022 року (рис.).

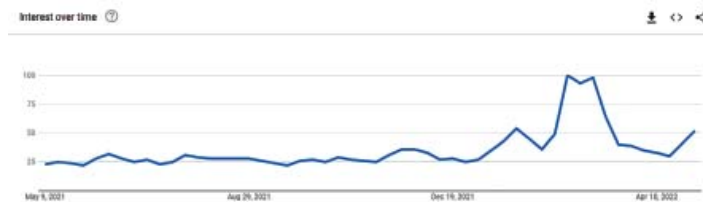
Засобам масової комунікації притаманні масова сугестія або навіювання та маніпуляція. Нові комунікаційні технології не скасовують вплив комуніканта на комуніката, а також можливість маніпулювати чи навіювати, однак створюють передумову для виникнення віртуальної масової комунікації, аудиторія якої має три ключові стани: аудиторія-як-агент, аудиторія-як-об'єкт, аудиторія-як-маса [1].



Банківська сфера є одним з видів діяльності, чутливих до зміни ставлення громадськості. Інфодемія може спричинити втрату довіри та панічні настрої. Це своєю чергою спричиняє фінансові втрати усьому банківському сектору. Національний банк України виокремив дев'ять категорій ризику для сфери, серед яких ідеться зокрема і про валютний ризик [2].

Для протистояння «інфодемії» Національний банк України вжив низку заходів, які були спрямовані на протидію поширенню дезінформації:

1. Щотижня у соціальних мережах було поширено допис із детальним поясненням ситуації. Від початку січня



Графік Google Trends щодо запиту «курс долара»

до 24 лютого створено та поширено п'ять коментарів із детальним описом та поясненням ситуації на валютному ринку.

2. Протягом проаналізованого періоду (січень-лютий 2022 року) опубліковано три інтерв'ю профільних спікерів та одна участь спікера у профільному круглому столі від провідного ділового медіа.

Література:

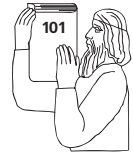
1. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

2. Біденко С. Репутаційний антистрес: Інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу / С. Біденко, І. Золотаревич. Київ: Yakaboo Publishing, 2021. 220 с.

References:

1. Rizun, V. V. (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii [Theory of mass communication]*. Kyiv: Vydavnychiy tsentr 'Prosvita', 260 p. [in Ukrainian].

2. Bidenko, S., & Zolotarevych, I. (2021). *Reputatsiinyi antystres: Instruktoryi dlia vlasnykiv i top-menedzheriv biznesu [Reputational anti-stress: Instructor for business owners and top managers]*. Kyiv: Yakaboo Publishing, 220 p. [in Ukrainian].



УДК 316.772.5:004.738.5](043.2)

© **Ольга Юркова**, асп., НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2022 р.

Науковий керівник: Л. Є. Смола, д-р політ. наук, проф., НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

ЧУТКИ В МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ГІБРИДНОЇ АГРЕСІЇ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ

**Подано огляд появи чуток у російських ЗМІ щодо на-
рощування російської військової присутності на кордонах**