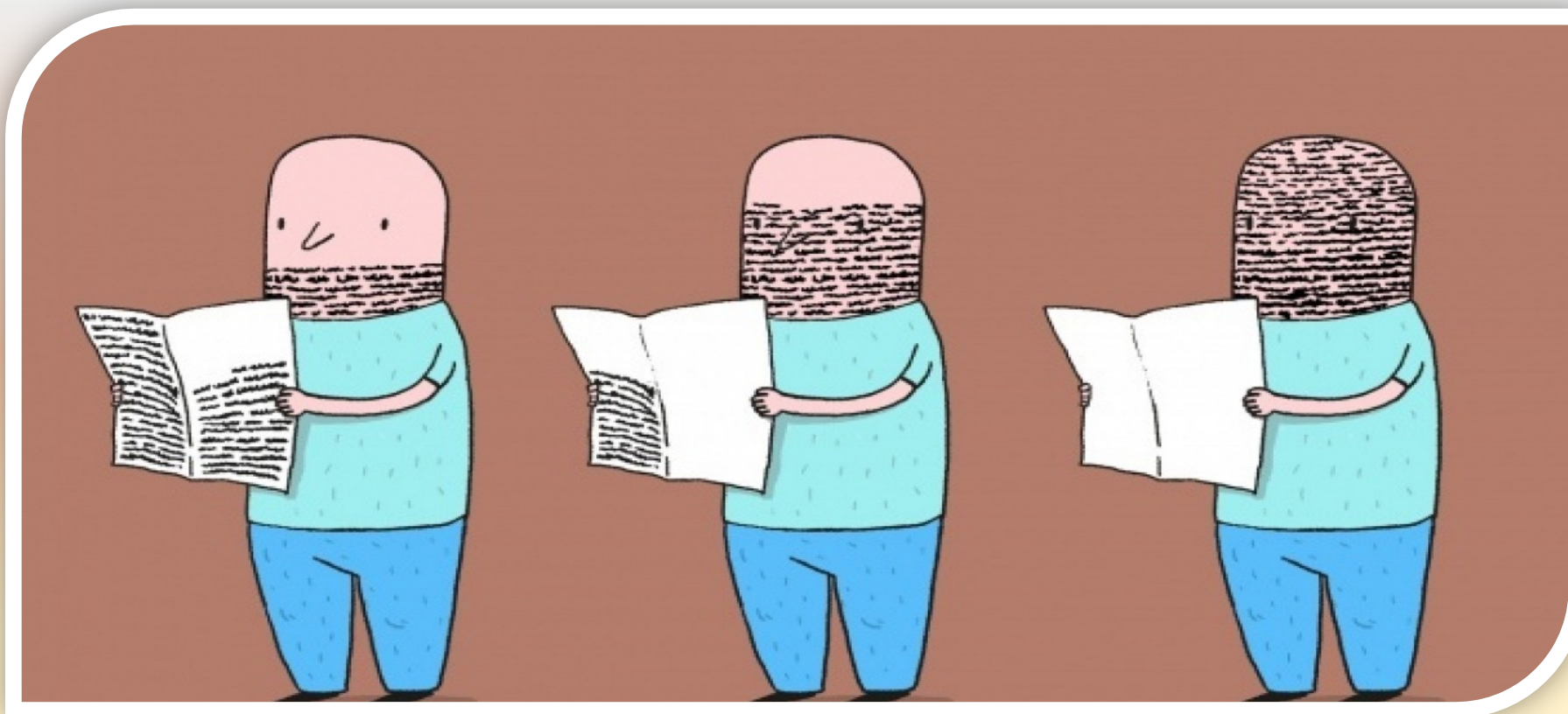


Маніпулятивні ефекти в інформаційному просторі та технології управління інформаційним контентом

к. політ. н. Лепська Н.В.



Маніпуляція - різновид соціального впливу, який використовується для **прихованого впровадження в психіку** жертви (особи, групи осіб) цілей, бажань, намірів, відносин або установок маніпулятора, які не збігаються з актуально існуючими потребами жертви

Це приховане управління людьми та їх поведінкою



МЕТА МАНІПУЛЯЦІЇ НАЙЧАСТІШЕ ПОЛЯГАЄ У:

- внесенні у суспільну та індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів;
- дезорієнтації та дезінформації мас;
- послабленні певних переконань, установок;
- залякуванні свого народу образом ворога
- залякуванні супротивника своєю могутністю;
- забезпечення ринку збуту для своєї економіки.



Маніпулятивні технології ЗМІ

- 1. **Дезінформація (обман)** - спосіб психологічного впливу, який полягає в навмисному наданні суперникам або аудиторіям такої інформації, що вводить їх в оману щодо дійсного стану справ.
- 2. **Техніка «сендвіча»** (нашарування один на одного матеріалів різного характеру) - ефект полягає у протиставленні позитивних і негативних образів.
- 3. **Посилання на анонімний авторитет.**
- 4. **Емоційний резонанс** - створення у широкої аудиторії певного настрою з одночасною передачею їм пропагандистської інформації. Новина за канонами журналістики має бути безсторонньою
- 5. **Замовчування небажаних фактів.**



- 6. Політичні **евфемізми/дисфемізми** або «мовна косметика». Евфемізм – або применшує ступінь негативу, або перетворює негатив на позитив. Дисфемізм – гіперболізує негатив.
- 7. **Підміна понять** - використання слів, які не мають певного конкретного змісту і які можна трактувати по-різному.
- 8. **Маніпуляція цифрами.**
- 9. Використання у якості **експертів**, тих які симпатизують тій чи іншій політичній силі, є прихильниками певної ідеї.
- 10. **Висмикування із контексту або вписування в інший контекст**



- 11. Метод **зниження важливості** матеріалу.
- 12. **«Метод шпалер»** - використання як тла якогось абстрактного відео, але з метою впливу на підсвідомість.
- 13. **Метод хибного плюралізму.**
- 14. **«Тотальна джинсовість»** – це зумисно прихована реклама, чи антиреклама, подана у вигляді новин, авторських текстів, аналітики тощо
- 15. **Зняття / підняття рівня серйозності**
- 16. **Відвернення уваги**
- 17. **Фабрикування реальності,** використання «бліців»
- 18. **Мова ворожнечі**

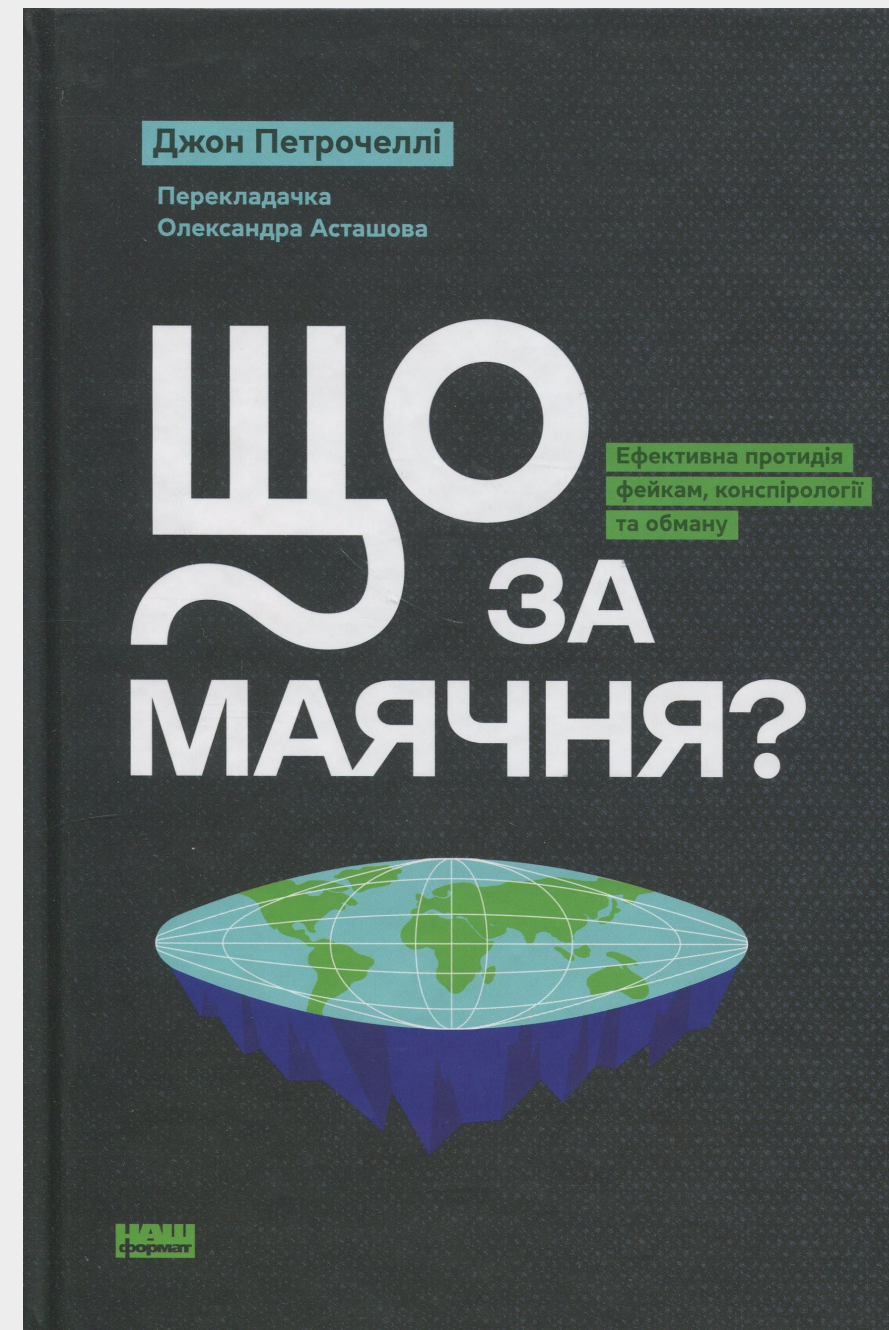


Джон Петрочеллі: **Маячня** — це комунікація, яка навмисно / ненавмисно чи свідомо / підсвідомо фактично не бере до уваги правду, справжні докази та / або встановлені факти. **Маячня часто характеризується (але не обмежується) використанням риторики, яка ігнорує правду, докази та/ або встановлені факти:** перебільшення або прикрашання своїх знань, досвіду або навичок у певній галузі; розмова на теми, про які людина нічого не знає, для того щоб вразити, вписатися, вплинути чи переконати тощо.

Градус маячні росте обернено пропорційно до частки правди, справжніх доказів та/ або встановлених фактів у словах людини.

Існує 4 типи встановлених фактів:

- *семантичні (прописані у словниках)*
- *факти вважають встановленими, коли вони відповідають правилам логіки*
- *підкріплені певною системою інформації (н-д, математичною: $30 + 11 = 41$)*
- *факти вважають встановленими, якщо вони підкріплені емпіричною інформацією, яку ми виводимо з доказів, отриманих за допомогою органів чуття; емпіричну інформацію ще називають даними)*



Брехня – це навмисне спотворення або приховування правди. Маячня ж просто ігнорує правду (Джон Петрочеллі пише: «їй начхати на правду»), хоча може й виявитися нею

Не вся маячня однакова!!!

Джон Петрочеллі розробив дуже оригінальну шкалу для розуміння різних типів маячні : **«мушиний показник маячні»**

Залежно від тяжкості маячні її оцінюють за шкалою від однієї до трьох мух



«Оцінити маячню за мушиним показником легко: коли підозрюєте, що вам верзуть маячню, поставте собі таке запитання: якщо ці слова виявляться неправдою, що найгіршого може трапитися? Деяка маячня зовсім невинна й викликає лише неприємні емоції: недовіру, заплутаність, презирство з театральним заочуванням очей. На таку маячню максимум **одна муха** прилетить. Якщо ж маячня призводить до небажаних подій, то вона погана й заслуговує вже на **двох мух**. Але буває й жорсткіша маячня, результатом якої стають помилкові переконання, деструктивні рішення та навіть загроза життю. Оця маячня вже небезпечна й оцінюється в **три мухи**.

Кількість мух — це потенційна шкода якої завдає маячня, що виявляється брехнею» (Дж.Петрочеллі. Що за маячня? К.: Наш формат. 2025. С. 21)



Перевіряйте джерела своєї інформації!

**Звертайте
увагу на
заголовки!**

NEWS

**Чи є тут
оціночні
судження?**

**Які емоції
викликають
фото?**

**Чи є заклик
до дії?**

**Аналізуйте
текст!**

**Яке джерело
інформації?**



Маніпуляції на телебаченні

Чи присутня
гостра та
емоційна
лексика?

Чи справжні
цитовані
експерти?

Аналізуйте контент,
порівнюйте з
іншими джерелами

Чи присутні
оціночні
судження?

Чи відповідає
зображення
твердженням?

Аналізуйте, чи
замовчується
інформація

Чутки чи факти?
Хто є джерелом інформації?
Чи можна її перевірити?



Маніпуляції та фейки в соцмережах

**Кількість
репостів/лайків?**

**Знайди/перевір
джерело
інформації**

**Як давно була
створена
сторінка-екаунт?**

**Який характер
попередніх
повідомлень?**

**Хто власник
екаунту/сторінки?**

**Скільки підписників
(друзів, послідовників)?**



МАНІПУЛЯТИВНІ ЕФЕКТИ



1. Ефект Мандели - це помилкові спогади про події, яких не було, при цьому люди відчують сильні переживання і можуть відтворити всі деталі

5 грудня 2013 року ЗМІ написали про смерть колишнього президента ПАР, борця з апартеїдом Нельсона Мандели. У цей же момент мільйони людей по всьому світу запитали: «Він був ще живий? Він же загинув у вісімдесятих у в'язниці! Явище звернуло увагу учених, і його назвали «ефект Мандели».

Суспільство саме створило колективну пам'ять та наділило спогадами більшість членів.

Ефект майже неможливо відтворити навмисно, але найцікавіше – це підміна фактів, які дуже легко перевірити



Колективні хибні спогади — це прагнення людей полегшити тягар інформації, складної для сприйняття, і навіть заповнити порожнечі, що утворилися у спогадах, власними домислами.



**Микита Хрущов на засіданні ООН 1960 року.
Пізніше до фотографії «прифотошопили» черевики**



Чому це відбувається?

Теорія «зіпсованого телефону»

Основною причиною Ефекту Мандели є схильність людей мимоволі створювати fake facts. **Людам властиво передавати інформацію у спотвореному вигляді** — перебільшувати, вигадувати, прикрашати для того, щоб зробити свою історію ефектнішою. Незабаром вони забувають про брехню або починають самі вірити в неї. Тут особливе значення має сила самонавіювання.



Схильність до маніпулювання

Ефекту Мандели схильні ті, у кого не розвинене критичне мислення і хто не звик перевіряти ще раз інформацію.

Такими людьми набагато легше маніпулювати та створювати хибну картину світу



Вплив інтернету

У диджитал-середовищі ефект Мандели надзвичайно посилюється. Люди навіть створюють спільноти на основі fake facts. Містифікації та чутки в інтернеті перемагають правду приблизно на 70%

Наприклад, симуляції автокатастрофи принцеси Діани (1997) часто помилково приймають за реальні кадри.

!!! Більшість ефектів Мандели пов'язані з помилками пам'яті та соціальної дезінформацією. Той факт, що багато неточностей є банальними, припускає, що вони є результатом вибіркової уваги або помилкового висновку.



«Зіпсований телефон»



2. Ефект Барбари Стрейзанд

2003 року знаменита артистка подала до суду на фотографа Кеннета Адельмана за те, що він сфотографував її будинок. Знімок було опубліковано на одному із сайтів. Барбару Стрейзанд не влаштував такий стан речей, і вона спробувала за це через суд стягнути з фотографа та сайту 50 мільйонів доларів.

Проте суддя відхилив позов актриси та змусив її виплатити Кеннету Адельману 154 тисячі доларів. Саме таку суму він витратив на адвокатів.

Примітно, що до позову фото будинку Барбари було завантажено лише **6 разів**. А після судового скандалу знімок розлетівся у всьому світі і його переглянули понад **420 тисяч** користувачів.

Так що, намагаючись прибрати фотографію з інтернету, Барбара тільки зробила її популярнішою. Звідси народився цей ефект Стрейзанд.

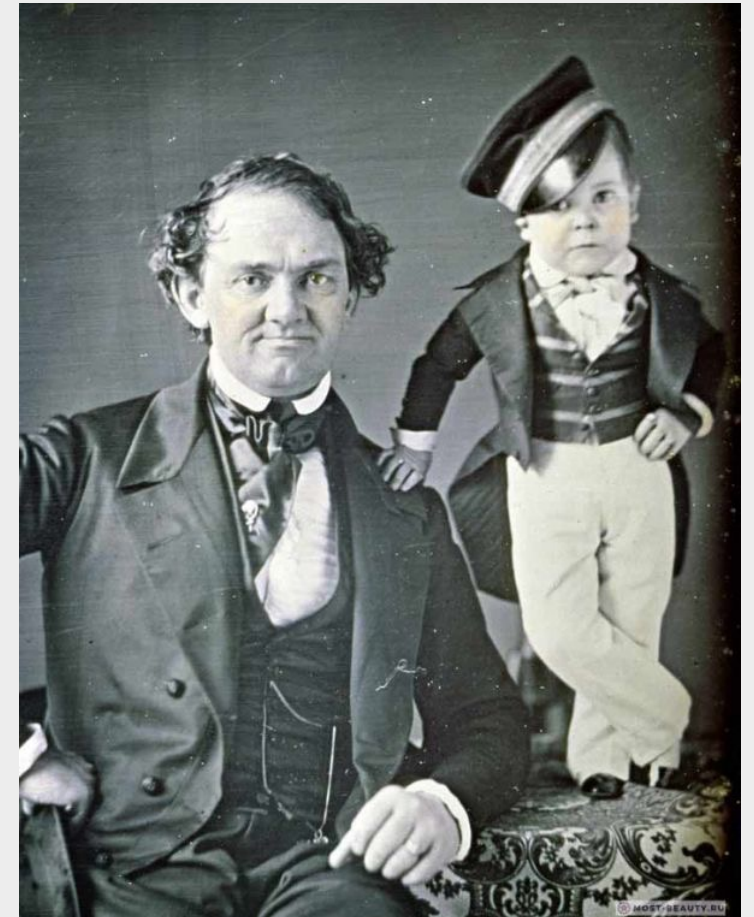
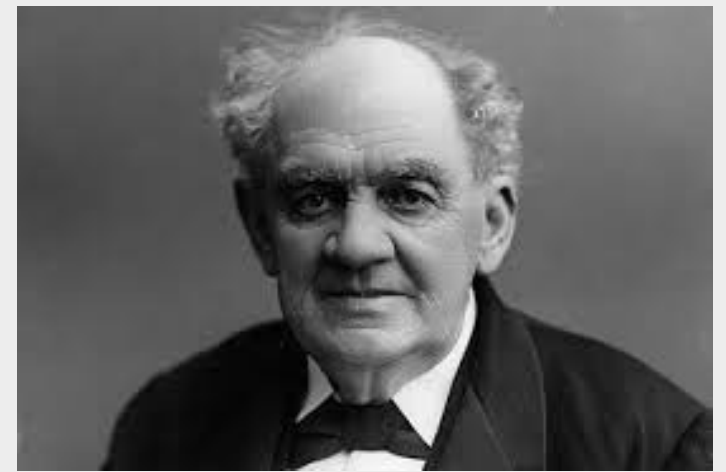


3. Ефект Фінеаса Барнума

Це когнітивне спотворення, що виявляється у схильності людей (навіть з критичним мисленням) довіряти загальним, невизначеним, розпливчастим характеристикам як точному опису їх особистості, особливо коли йдеться про щось приємне та позитивне.

Заважає людям критично оцінювати гороскопи, пророцтва та інші розпливчасті описи, що стосуються їхнього власного життя.

У профільній літературі зустрічаються також альтернативні назви: «ефект суб'єктивного підтвердження» і ефект Форера (на честь психолога, який його вперше описав).



Найсильніше ефект Барнума проявляється за наявності наступних факторів:

- Використовуються *абстрактні формулювання*, які застосовуються до більшості людей
- Даються *позитивні характеристики* та сприятливі прогнози
- Джерело є досить *авторитетним*
- Є *впевненість, що опис індивідуальний*



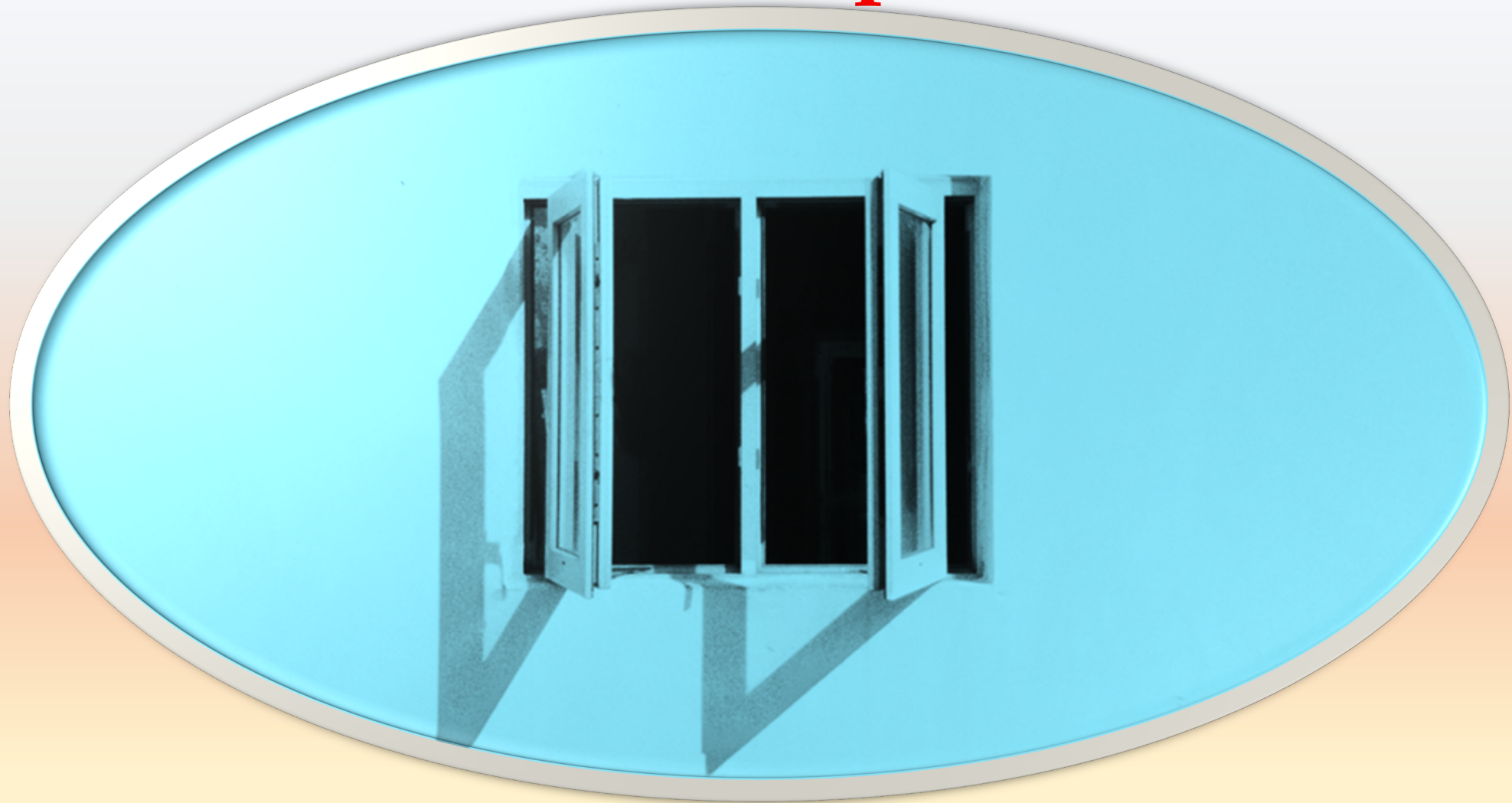
Доктор **Бертрам Форер** у
Каліфорнійському університеті у 1948
році провів свій знаменитий
експеримент, який став класичним.

Він запропонував студентам пройти
психологічний тест, після чого викладач
перевірив результати та роздав
учасникам характеристики, що нібито
описують їх психологічний портрет (наст.
слайд). Насправді всі учасники отримали
повністю ідентичний опис. Проте кожен
був упевнений, що його результат
індивідуальний. І коли професор
запропонував студентам оцінити
точність результату за 5-бальною
шкалою, середня оцінка становила 4,26
бали. Таким чином, **практично всі
учасники погодилися з більшістю тез
про себе, підтверджуючи, що це їх
індивідуальна характеристика.**



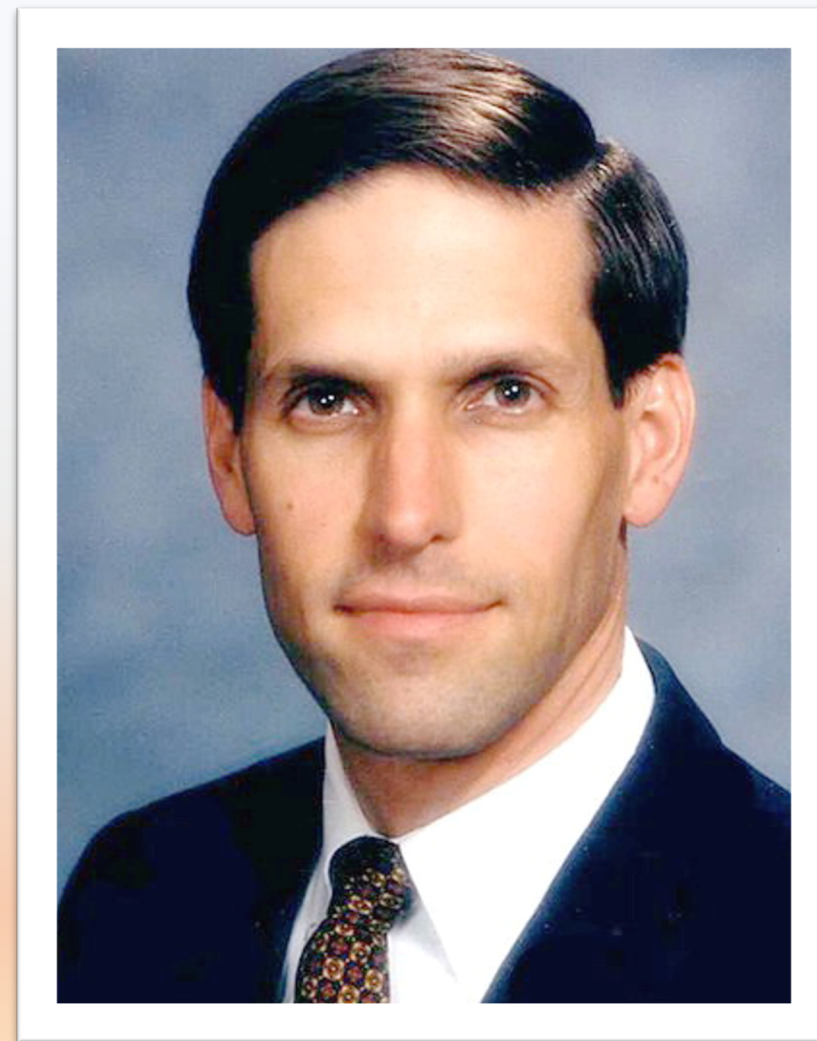
«Ви відчуваєте потребу в любові та повазі з боку оточуючих, але при цьому схильні критично ставитися до самого себе. Незважаючи на те, що у вас є деякі слабкості, загалом ви в змозі їх компенсувати. Ви володієте значним потенціалом, який досі не звернули собі на користь. Зовні ви дисциплінований і цілком володієте собою, внутрішньо ви схильні відчувати неспокій і невпевненість. Часом вас долають серйозні сумніви щодо правильності прийнятого вами рішення або скоєного вчинку. Ви віддаєте перевагу деякій різноманітності та зміні і буваєте незадоволені, коли вас заганяють в якісь рамки та обмеження. До того ж ви пишаєтеся собою, як незалежно мислячою особистістю, і не приймаєте жодних тверджень без задовільних доказів. Але ви вважаєте, що занадто відверто розкриватися перед оточуючими це безглуздо. Іноді ви проявляєте екстравертність, привітність і товариськість, тоді як в інші моменти ви перетворюєтеся в інтроверта, недовірливого і стриманого. Деякі ваші прагнення носять радше нереалістичний характер».

«Вікна Овертона»



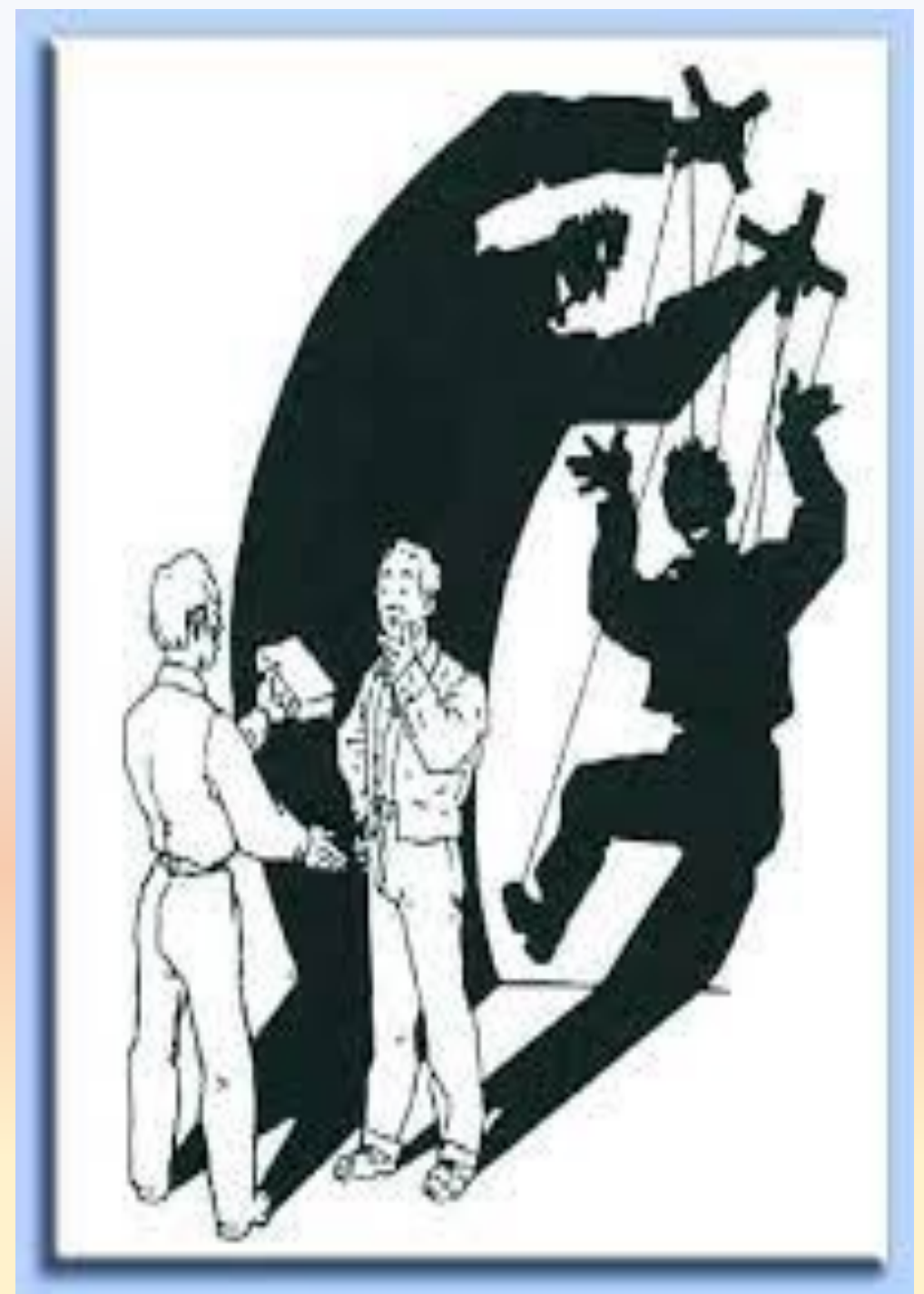
Джозеф П. Овертон,
американський електроінженер і
юрист, сформулював **модель
зміни уявлення проблеми в
громадській думці**, помертню
названу «Вікном Овертона».

Джозеф Овертон описав, як
абсолютно чужі суспільству ідеї
можуть бути підняті з
«помийного баку громадського
презирства, відмиті, причепурені
і, зрештою, законодавчо
закріплені».



Джозеф Овертон (1960–2003), старший
віце-президент Макінського центру
публічної політики - США

Згідно з "В. О.", для кожної ідеї або проблеми в суспільстві існує т. зв. "вікно можливостей". У межах цього вікна ідеї можуть або не можуть широко обговорювати, відкрито підтримувати, пропагувати, намагатися закріпити законодавчо. Вікно рухають, змінюючи тим самим амплітуду можливостей, від стадії **«немислиме»**, тобто абсолютно вороже суспільній моралі, повністю огидне, до стадії **«актуальна політика/норма»**, тобто вже обговорене широким загалом, прийняте масовою свідомістю і закріплене в законах.



Вікно Овертона – зазвичай трактують як спеціальну теорію, за допомогою якої можна легко насадити в підсвідомість суспільства абсолютно будь-яку ідею. Досягти її можна, якщо зробити послідовні дії, які складаються з зрозумілих кроків



Технології управління інформацією та спін-докторинг

- **Спін-докторинг** (Spin Doctoring) — це стратегія управління громадською думкою та репутацією, спрямована на створення чи зміну певного образу, враження чи інтерпретації подій, продуктів, осіб чи організацій. Суть спін-докторингу полягає в тому, щоб **представити інформацію так, щоб вона служила певним інтересам чи цілям**, навіть якщо це вимагає вибіркового використання фактів чи акцентування певних аспектів ситуації.
- Це представлення подій для цільової групи **в оптимізованому вигляді, корекція** («виправлення») інформаційних приводів у кризових ситуаціях
- Спін-доктор — **менеджер новин**, працює з інтерпретацією інформації (журналіст спрямовує інформацію цільовій аудиторії, а спін-доктор — журналісту)



Спін -докторинг:

- Гальмування події або прискорення події
- Недопущення всієї інформації або акцент на важливості
- Заміна новою ситуацією або приєднання до іншої важливої події
- Зміщення акцентів або використання коментарів



5 типів використання спіну (за Д. Уоттсом)

- **До-спін** – підготовка перед подією, організація очікувань до події
- **Після-спін** – наведення «блиску» на подію
- **Торнадо-спін** – намагання переводу суспільного інтересу в іншу сферу
- **Контроль кризи** – менеджмент подій, що виходять з-під контролю
- **Зменшення збитків** – менеджмент подій, які вже не контролюються, з метою запобігання нанесення подальших збитків



Спін-диктатури – новий тип авторитарного правління, що виник у сучасному світі

Спін-диктатори – лідери, які замість відкритого насильства та репресій використовують медійні технології та контроль інформації для збереження своєї влади



Цитати з книги:

- ✓ «Більшість диктаторів підтримувала свою владу, придушуючи будь-яку опозицію, контролюючи всі комунікації, караючи критиків, (часто) нав'язуючи ідеологію, атакуючи ідеали плюралістичної демократії та блокуючи більшість транскордонних потоків людей та інформації. Ключовий принцип, який стояв за всіма цими практиками, полягав у залякуванні. Типовий автократ ХХ століття був диктатором страху.»
- ✓ «Спін-диктатори виживають не завдяки зриву заколоту, а через усунення самого бажання бунтувати.»
- ✓ «Здобувши масову прихильність, лідер використовує свою популярність для зміцнення влади. Це друге правило спін-диктатури. Популярність - мінливий актив, який може і падати, і зростати. Тому є сенс інвестувати його частину в інші важелі контролю.»
- ✓ «Третє правило - прикидатися демократичним.»
- ✓ «Спін-диктатори відкриваються світові - це четверте правило. Іноді вони обмежують іноземні ЗМІ. Однак переважно вітають потоки людей, капіталу та даних і знаходять способи отримати від них прибуток.»
- ✓ «Останнє - і найважливіше правило полягає в тому, щоб уникати жорстоких репресій або принаймні приховувати чи маскувати їх у разі застосування.»
- ✓ «Можна підсумувати: спін-диктатори маніпулюють інформацією, щоби підвищити свою популярність серед широкої громадськості, і використовують цю популярність для консолідації політичного контролю, водночас прикидаючись демократичними, уникаючи або принаймні маскуючи насильницькі репресії та інтегруючи свої країни у зовнішній світ.»
- ✓ «Мова спін-диктатури... Замість страху створювати образ компетентного правителя... Замість ідеології пропонувати калейдоскоп різноманітних закликів... Замість культу особи культивувати образ селебриті... Зробити зброєю розваги... Фреймінг (обмеження рамками) та інтерпретація інформації»
- ✓ «Подібно до того, як публічне насильство породжує мучеників, публічна цензура породжує цікавість. Дослідження підтверджують, що люди більше готові повірити інформації, якщо її від них приховують»

Думскролінг

це надмірне споживання негативних новин чи статей без глибокого занурення у них.

Термін виник з поєднання двох слів «doom» (темрява чи зло) та «scrolling» (швидке прогортання сторінок у мережі).



- Спочатку термін здебільшого пов'язували з новинами про коронавірус.
- З часом його почали вживати у зв'язку з будь-якими негативними новинами. Тож не дивно, що думскролінг активізується, коли відбуваються трагічні події у світі (наприклад, в США термін був популярним під час протестів Джорджа Флойда або штурму Капітолію Сполучених Штатів).



Ефект думскролінгу пояснюється насамперед нестачею інформацію, замовчуванням подій, веденням інформаційної війни, які згодом призводять до породження фейків. Ми знаходимо інформацію, потім приходиться її спростування, а далі ми вже починаємо слідкувати за подією, прагнучи знайти відповідь, чи справді це відбулося. Таке нерозуміння — що це фейк або правда — спричиняє у нас відчуття безперервного пошуку новин, як надії та спасіння. Ми гадаємо, що під час гортання у якийсь момент все-таки знайдемо правдиву інформацію.



Медіанаративи в інформаційному просторі

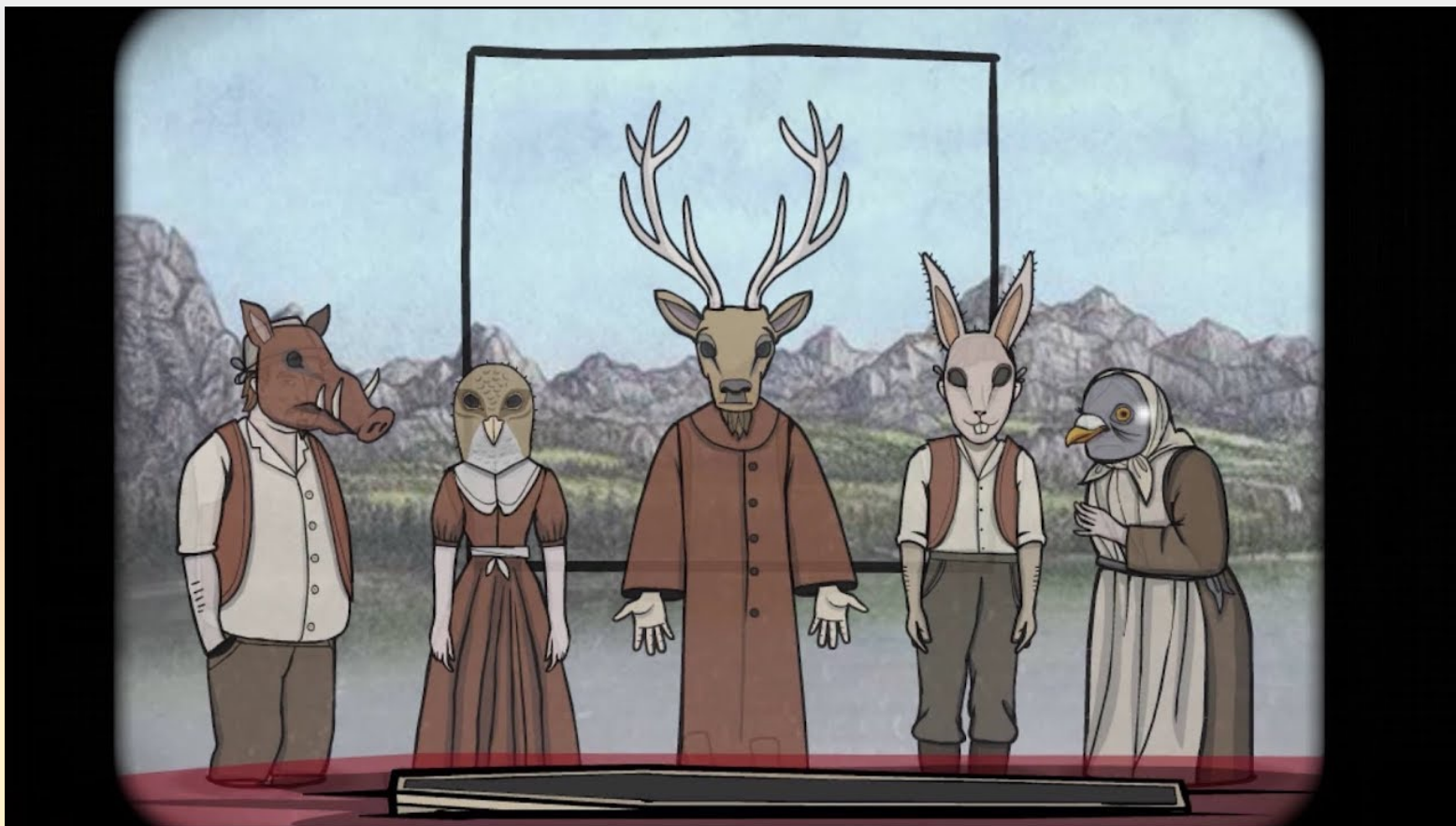
Медіанаратив – процесуальне оповідання, що творить реальність у медіапросторі за допомогою умисно суб'єктивного опису подій. Особливістю медіанаративу є надання подіям смислів, залучення аудиторії і підведення аудиторії до певних висновків у фіналі



5 параметрів медіанаративу

Події повинні подаватися:

- Емоційно
- Раціонально
- Ірраціонально
- Реалістично
- Сюрреалістично



ЕМОЦІЙНІСТЬ (від лат. emoveo – вражаю, хвилюю)

Медіанаратив

- містить **відображення тих спонтанних реакцій, станів і настроїв**, що виникають у процесі розповіді
- створює **стан залучення, співпереживання, співчуття, співучасті, суб'єктивно-оціночного ставлення членів суспільства до наявних або можливих ситуацій**, таких, що відбуваються та/або можуть відбуватися в об'єктивній дійсності
- у цільовій аудиторії формується таке **сприйняття, що задає чітко зумовлений спектр можливих «правильних» реакцій і рішень у дискурсі**



РАЦІОНАЛЬНІСТЬ (лат. ratio – розум)

Медіанаратив

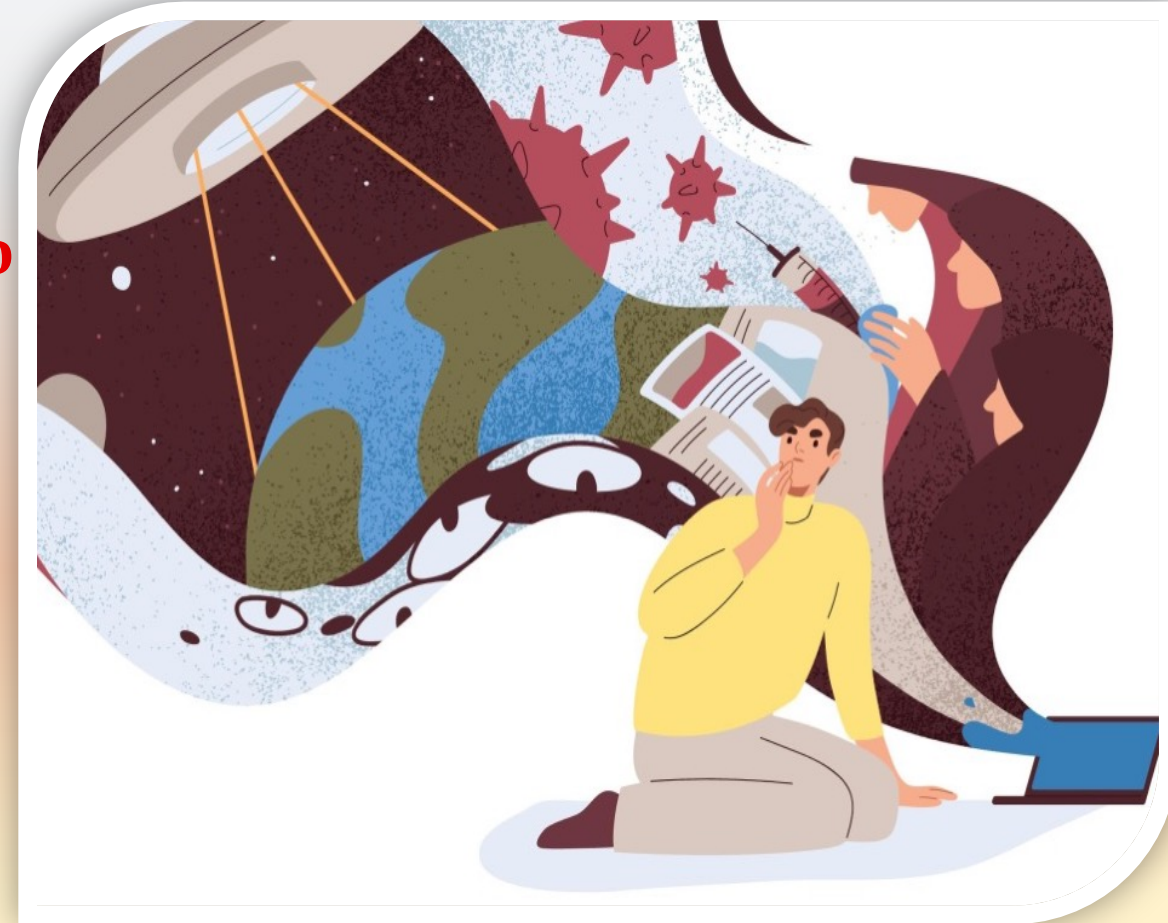
- орієнтований на помірковано-ментальне **вироблення логічних конструктів**, заснованих на **системі знань**
- **аргументовано** доводить своїй аудиторії **правильність** тих висновків (**як «докази»**), до яких він її підводить
- створює **чіткі причинно-наслідкові зв'язки**, висновки, засади і правила інтерпретації дійсності



ІРРАЦІОНАЛЬНІСТЬ (лат. irrationalis – нерозумний, нелогічний)

Медіанаратив

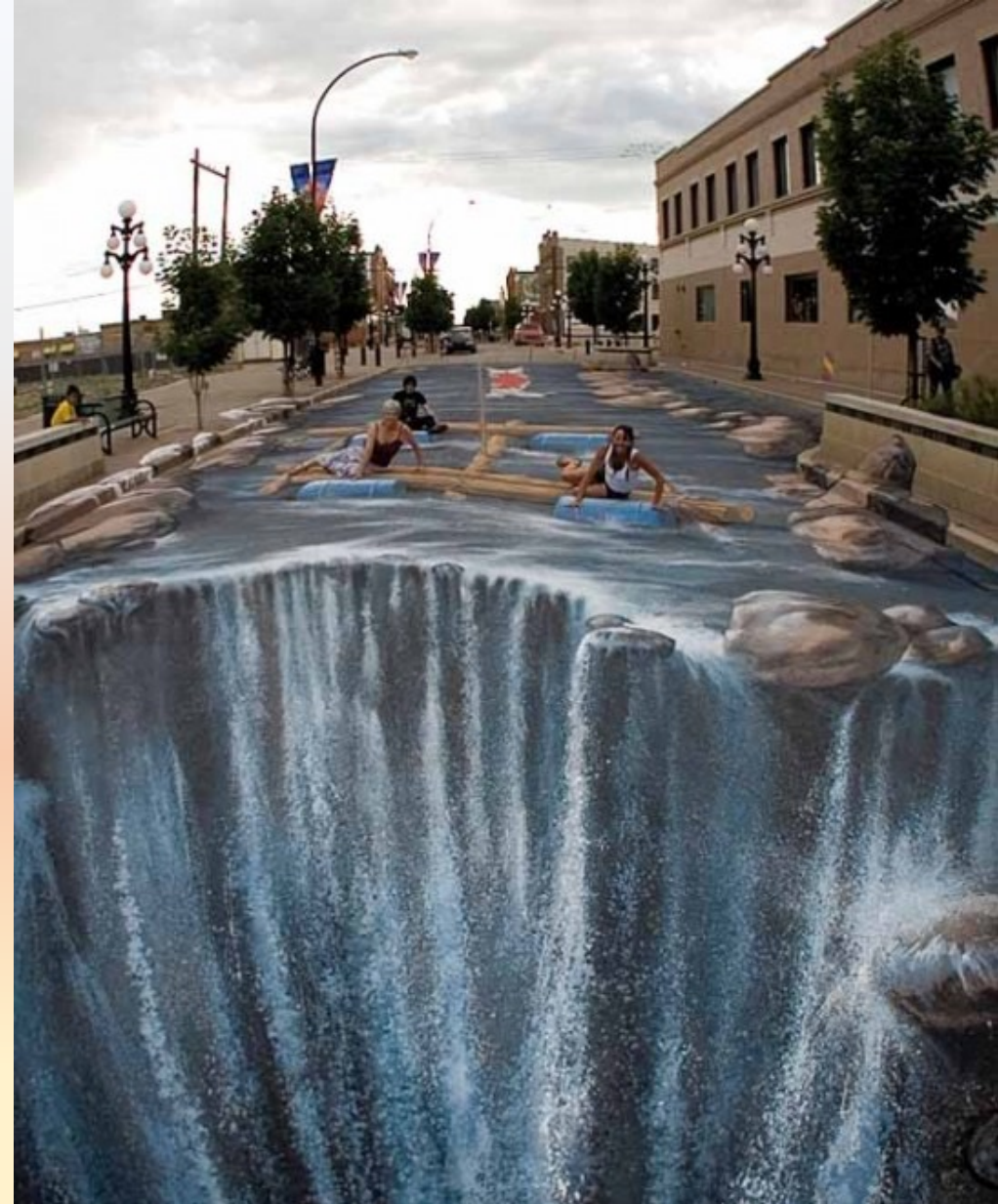
- орієнтований на установки свідомості, недоступні розуму, але досяжні за допомогою інтуїції, інстинкту, одкровень, віри, чуттєвого досвіду та безпосереднього сприйняття, що відбувається в режимі живого враження, без сумнівів і критичної оцінки
- звернений до колективного несвідомого – душі, пориву, волі, інстинктів натовпу
- ірраціональна складова медіанаративу проповідує, а не пояснює або доводить



РЕАЛІСТИЧНІСТЬ (лат. realis –дійсний, речовий)

Медіанаратив

- описує **явища і предмети видимого світу**, присутні незалежно від людського сприйняття та пізнання
- апелюючи до фактів і подробиць матеріального світу, такий наратив **створює впевненість у правдивості того, що відбувається** (це простежується, наприклад, в **дуже детальному описі** якоїсь події, що підвищує реалістичність наративу, особливо, якщо він отримає свою медіарелізацію у вигляді якогось фільму або відеоролика)

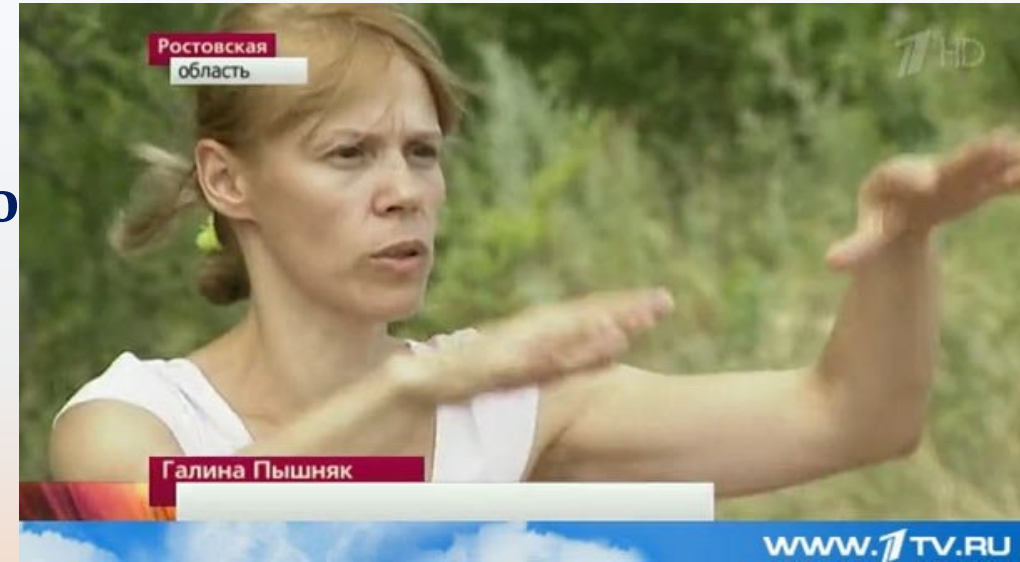


СЮРРЕАЛІСТИЧНІСТЬ (фр. surrealisme –надреалізм)

Медіанаратив

- включає в себе **алюзії та парадокси** – інформацію, яка **могла б існувати** в реальності, але **в дійсності не має** ані логічного пояснення, ані фактичного підтвердження
- основна мета – **поєднати реальність і видіння поза її межами**: сни, спогади, фантазії, мрії, вимисел, фантасмогорії, вигадані події
- **пограничний стан між реальностями**, де очевидне органічно поєднується з неймовірним
- раціональні докази чи реалістичні факти мало впливають на сюрреалізм, адже **сюрреалістичний медіанаратив живе своїм життям**

! АЛЮЗІЯ (лат. allusion – натяк, жарт) – стилістичний прийом, що містить вказівку, аналогію або натяк на якийсь літературний твір, історичний, міфологічний або політичний факт, що закріплений в культурі; співвіднесення явища, що описується або відбувається, зі сталим загальновідомим поняттям або словосполученням, наприклад з давньогрецької міфології, біблійних сюжетів, крилатими фразами, популярними сюжетами з відомих х/ф тощо)



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!