

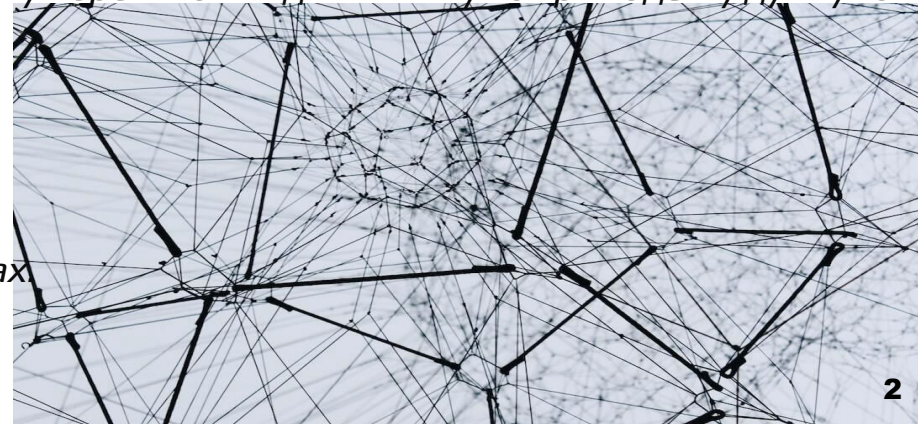
# Маніпулятивний вплив медіа Маніпуляції в медіапросторі.



# Вступ: Маніпулятивний вплив ЗМІ

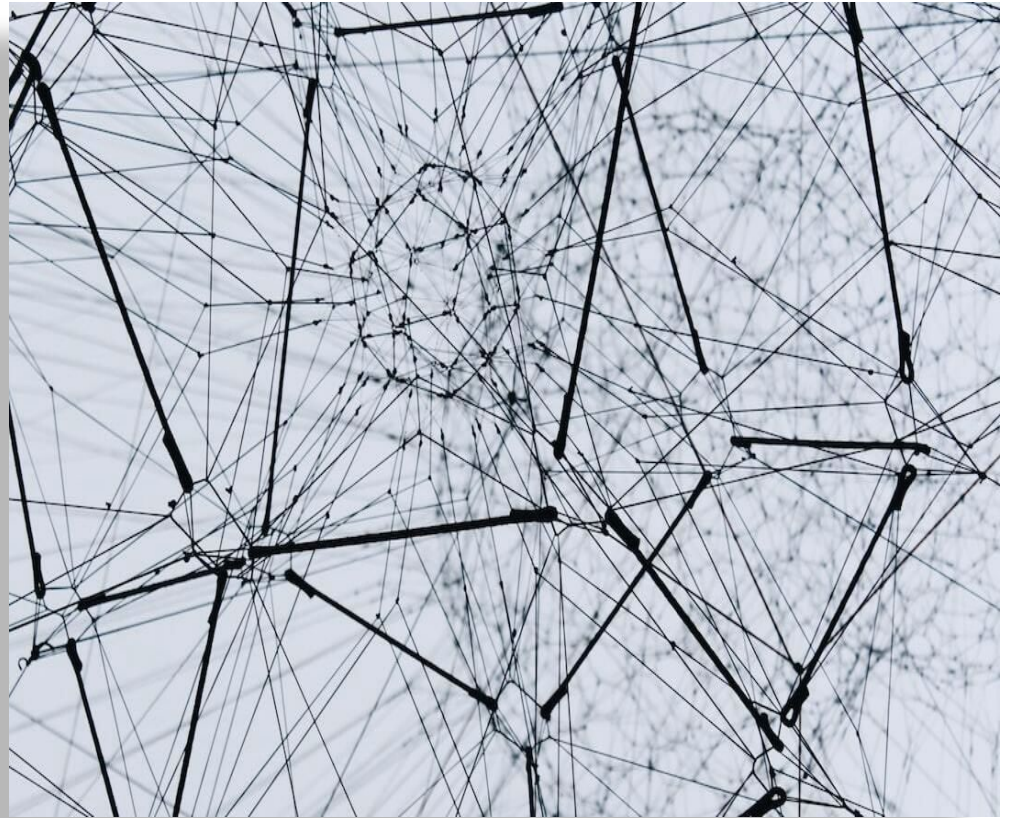
маніпуляції ЗМІ, фейкова інформація, пропаганда, постправа

- **Маніпулювання засобами масової інформації:** маніпулювання засобами масової інформації стосується навмисних і оманливих дій, які використовують окремі особи чи організації для впливу на громадську думку, поширення фейкової інформації та формування наративів для власної вигоди.
- **Фейкова інформація:** фейкова інформація охоплює дезінформацію, дезінформацію та неправдиві наративи, які навмисно створюються або поширюються з метою обману, введення в оману або маніпулювання аудиторією.
- **Пропаганда:** Пропаганда передбачає поширення оманливих повідомлень та інформації з певним політичним планом, часто використовуючи тактику переконання для впливу на громадську думку та формування сприйняття.
- **Постправа:** комунікація заснована на
  - суб'єктивній інтерпретації, емоційній
  - привабливості та нехтуванні фактичними
  - доказами, що часто призводить до прийняття
  - тверджень, заснованих на почуттях, а не на фактах



## Вступ: Маніпулятивний вплив ЗМІ

*Медіапростір насичений маніпулятивними практиками, які впливають на громадську думку та формують наративи. Це включає навмисне розповсюдження фейкової інформації, використання пропаганди для впливу на політичні переконання та поширення постправдивої інформації, яка надає перевагу емоційній привабливості над фактичною точністю.*



# Види маніпуляції: фейкова інформація

місінформація, дезінформація та фейкові наративи



**Місінформація:** місінформація передбачає ненавмисне поширення неправдивої або неточної інформації, часто через недостатню обізнаність або перевірку фактів.

**Дезінформація:** дезінформація - це навмисне поширення неправдивої інформації з метою обдурити, ввести в оману або маніпулювати аудиторією з різними цілями.

**Неправдиві(фейкові) наративи:** неправдиві (фейкові) наративи - це сконструйовані або спотворені історії, які мають на меті ввести в оману та схилити громадську думку шляхом представлення упередженої або невідтвердженої версії подій.

Фейкова інформація набуває різних форм, включаючи місінформацію, яка є ненавмисною, але неточною, дезінформацію, яка є навмисною та оманливою, а також неправдиві наративи, які представляють упереджені або необґрунтовані версії подій для обману та маніпулювання.

# Види маніпуляції: Пропаганда

оманливі повідомлення, політична програма, тактика переконання



**Оманливі повідомлення:** пропаганда часто спирається на оманливі повідомлення та інформацію, щоб вплинути на громадську думку та сформувати сприйняття відповідно до конкретного політичного порядку денного.

**Політична програма:** пропаганда використовується для просування певної політичної програми чи ідеології шляхом формування суспільного ставлення та поведінки шляхом поширення вибіркової інформації.

**Тактика переконання:** пропаганда використовує різні тактики переконання, включаючи емоційні заклики, навантажену мову та маніпуляцію фактами, щоб вплинути на аудиторію та переконати її.

**Пропаганда використовує оманливі повідомлення, вибірккову інформацію та тактику переконання, щоб вплинути на громадську думку, просувати політичні плани та формувати сприйняття відповідно до конкретних ідеологій і переконань.**



# Види маніпуляції: постправда

суб'єктивне тлумачення, емоційність, нехтування фактами

Постправдива комунікація ґрунтується на суб'єктивній інтерпретації, емоційній привабливості та нехтуванні об'єктивними фактами, що часто призводить до прийняття тверджень, заснованих на настроях, а не на основі доказів і фактичної точності



**Суб'єктивна інтерпретація:** комунікація постправдивого характеру включає суб'єктивну інтерпретацію подій та інформації, що часто призводить до спотворення фактів і вибіркового прийняття тверджень на основі особистих переконань.

**Нехтування фактами:** постправдива комунікація нехтує фактичними доказами на користь суб'єктивних інтерпретацій і емоційного резонансу, що призводить до прийняття тверджень, заснованих на почуттях, а не на правді.



**Емоційна привабливість:** тактика постправдивого використання використовує емоційну привабливість, щоб викликати певні почуття та відповіді, часто віддаючи перевагу емоційному впливу над фактичною точністю чи логічним міркуванням.



# Аналіз тактики постправди

Звернення до особистих переконань, використання стереотипів, підбір даних

*За означенням «Оксфордського словника», постправда «стосується або позначає обставини, у яких об'єктивні факти меншою мірою впливають на суспільну думку, ніж апелювання до емоцій та особистих переконань». У цій дефініції наголошено також, що префікс «пост-» означає не те, що ми перебуваємо в ситуації «після» правди в часовому вимірі(як, наприклад, тоді, коли кажемо про «постмодерний» час «посттравматичний стан»), а те, що правду витіснили: вона стала неважливою.*

**Використання стереотипів:** спрощення складних проблем шляхом застосування фіксованих, занадто спрощених переконань або характеристик до групи



Аналіз тактики постправди передбачає розуміння того, як стереотипи та підібрані дані використовуються для маніпулювання суспільним сприйняттям. Використання стереотипів, наприклад, спрощує складні проблеми, застосовуючи до групи усталені, надто спрощені переконання чи характеристики. Заглиблюючись у цю тактику, медіаспоживачі можуть виробити стійкість проти постправдивих наративів і робити обґрунтовані судження, засновані на доказах і розумінні.

# Розпізнавання фейкової інформації

перевірка фактів, надійні джерела, критичне мислення

**Розпізнавання фейкової інформації має вирішальне значення для споживачів ЗМІ. Використання методів перевірки фактів передбачає перевірку точності інформації за допомогою незалежних досліджень і надійних джерел. Це дає можливість людям розрізняти правдиві та неправдиві наративи, зрештою сприяючи критичному мисленню та прийняттю обґрунтованих рішень.**



**Достовірність інформації багато в чому залежить від джерела її отримання.**

**Джерела бувають таких типів:**

- ✓ Первинні — оригінальні джерела, що не містять інтерпретації. До них відносять фотографії, щоденники, листи, дослідницькі звіти, оригінальні твори мистецтва.
- ✓ Вторинні — містять авторську інтерпретацію, аналіз і підсумки. Це наукові статті, книжки тощо.
- ✓ Третинні джерела — компіляції матеріалів з інших джерел: реферати, таблиці, енциклопедії.

# Виявлення методів пропаганди

маніпулювання свідомістю, звернення до емоцій, маніпуляція фактами

**Звернення до емоцій: виклик емоційних реакцій, щоб вплинути на думки та поведінку, маніпулювати свідомістю.**

**Маніпулювання свідомістю** – це вплив на психічні структури людини, який здійснюється таємно, його завдання полягає в зміні думок, спонукань і цілей людей у потрібному напрямі. Такий вплив найкраще реалізовується, коли інформація потрапляє у свідомість через емоції, обминаючи логіку.

Важливо визначити та зрозуміти методи пропаганди, які використовуються в ЗМІ. Емоційне звернення, наприклад, є поширеною тактикою, спрямованою на виклик емоційних реакцій, щоб вплинути на думки та поведінку. Розпізнаючи та викриваючи такі методи, люди можуть виробити проникливий підхід до медіаконтенту та протистояти маніпулятивним впливам.



Спосіб створення у широкій аудиторії певного настрою з одночасною передачею їм пропагандистської інформації. Він дозволяє зняти психологічний захист, який на розумовому рівні вибудовує людина, свідомо намагаючись захиститися від пропагандистського або рекламного "промивання мозку". І якщо пропагандистський вплив на людину відбувається на емоційному рівні, поза її свідомим контролем, ніякі раціональні контраргументи в цьому випадку не спрацюють..

# Наслідки маніпуляції ЗМІ

Громадська думка, поляризація, ерозія довіри

*Наслідки маніпулювання ЗМІ для громадської думки та довіри є глибокими. Невпинне поширення дезінформації призводить до ерозії довіри до надійних джерел та установ. Крім того, він підживлює поляризацію, формуючи різні точки зору. Розуміння цих наслідків підвищує важливість медіаграмотності та етичного споживання, а також нагальність боротьби з маніпулятивними тактиками на благо суспільства в цілому.*



*Ерозія довіри: зниження довіри до надійних джерел та установ через поширеність дезінформації*

# Боротьба з маніпуляцією в ЗМІ

Медіаграмотність, критичне мислення, саморегуляція у медіа

**Медіаграмотність** - розуміння способів, за допомогою яких медіа створюють різні типи повідомлень, того, як вони подають інформацію і які методи використовують для організації матеріалу. Це критичний погляд на медіаконтент.

**Медіаосвіта** - формування медіа грамотності на матеріалах та з допомогою масмедіа, що має на меті критичне сприйняття медіаповідомлень.



**Критичне мислення** - комплекс усвідомлених дій і навичок, які ми застосовуємо, коли оцінюємо інформацію, перевіряючи її на достовірність і наявність маніпуляцій.

**Від шкідливого впливу маніпуляцій потерпає не лише аудиторія ЗМІ, але й самі медіа. Саме тому з'явилося таке явище як «саморегуляція». Саморегуляція у медіа – це спільні зусилля професійної спільноти засобів масової інформації з добровільного визначення принципів, які керують роботою редакції, і їх дотримання у відкритому процесі інформування громадськості**

# Боротьба з маніпуляцією в ЗМІ

## Медіаграмотність

*За даними дослідження Детектор медіа від 2021 року, наприклад, 25 відсотків українців були переконані, що медіа на них жодним чином не впливають. Тобто аж чверть опитаних не усвідомлювали, що все, що вони читають в інтернеті чи дивляться по телебаченню, прямо чи опосередковано формує їхній світогляд.*

*Утім, медіаграмотність не обмежується одним лише усвідомленням впливу медіа та розумінням процесів створення контенту. Друга значна складова медіаграмотності — це вміння оцінювати повідомлення, використовуючи як цифрові навички та інструменти для перевірки фактів, так і своє критичне мислення.*

*Також важливий компонент медіаграмотності — це відповідальне створення та поширення контенту. Простіше кажучи, це про вміння грамотно комунікувати свої думки й передбачати наслідки такої комунікації. Це означає, що ми усвідомлюємо і зважуємо, як впливатиме створений нами контент. Про це ми теж поговоримо у п'ятому модулі й надамо вам практичні поради для грамотної комунікації як для української, так і закордонної аудиторії*



# Висновок: Розширення можливостей медіаспоживачів

пильність, обізнаність, відповідальне медіаспоживання

*Відповідальне споживання медіа:  
взаємодія з медіаконтентом  
сумлінним і розважливим чином,  
враховуючи його потенційний вплив*

*Розширення можливостей медіаспоживачів є критично важливим кроком на шляху до формування пильної та проникливої аудиторії. Відповідальне споживання медіа, яке передбачає сумлінне та розбірливе використання медіаконтенту, дозволяє людям враховувати потенційний вплив інформації, яку вони споживають, на себе та інших. Заохочуючи пильність та обізнаність, споживачі медіа відіграють активну роль у формуванні медіа-середовища, яке базується на чесності, правді та етичному поширенні.*



**Бути медіаграмотним українцем—  
означає повсякчас ухвалювати мудрі  
рішення на користь своєї держави.**