

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Соціологічний факультет

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший (бакалаврський)

Спеціальність 061 - Журналістика

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувачки кафедри соціології

Ірина СОЛДАТЕНКО

підпис

“ ” 20 _____ року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)

Мараховська Карина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи: «Маніпуляція в засобах масової інформації: сутність і протидія»

керівник роботи Хижняк Лариса Михайлівна, доктор соціологічних наук,
професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджено наказом по університету від _____ р. № _____

2. Строк подання студентом роботи 24.05.2024 р.

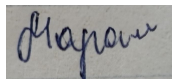
3. Перелік питань, які потрібно розробити

Виявити та проаналізувати основні джерела медійних маніпуляцій, включаючи новинні сайти, агрегатори новин, соціальні мережі та месенджери. Дослідити конкретні приклади маніпуляцій та дезінформації, використаних у ході російсько-українського конфлікту, та їх вплив на громадську думку. Розробити методології для аналізу контенту та ідентифікації недостовірної інформації. Розробити рекомендації та інструменти для підвищення медіаграмотності та критичного сприйняття інформації серед населення.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Визначення проблемної ситуації, формулювання теми роботи, огляд літератури
2	Дослідити і визначити ключові терміни та поняття, пов'язані з медійними маніпуляціями.
3	Проаналізувати основні механізми, що використовуються для маніпуляції в медіа.
4	Вивчити, як засоби масової інформації впливають на формування громадської думки
5	Розглянути основні стратегії маніпуляцій, що застосовуються під час військових конфліктів.
6	Оцінити, як медійні маніпуляції впливають на політичні процеси та міжнародні відносини.
7	Визначити етичні стандарти та норми, що можуть допомогти у боротьбі з медійними маніпуляціями.
8	Розробити стратегії для підвищення медіаграмотності та розвитку критичного мислення серед населення.
9	Проаналізувати існуючі законодавчі та інституційні механізми регулювання медіа та запропонувати можливі покращення.
10	Написання висновків та оформлення роботи

5. Дата видачі завдання



Студент

підпис

Карина МАРАХОВСЬКА

ім'я, прізвище

Керівник роботи

підпис

Лариса ХИЖНЯК

ім'я, прізвище

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

«Маніпуляція в засобах масової інформації: сутність і протидія»

Виконала: студентка 4 курсу групи СМК-41

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності 061 Журналістика

Мараховська К. О.

Керівник: канд.соц.н., доцент Барановська Т. О.

Харків – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯЦІЙ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	8
1.1. Визначення понять та термінологія	8
1.2. Механізми маніпуляції в інформаційних засобах масової комунікації	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ МАНІПУЛЯЦІЙ В ЗМІ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ	21
2.1. Роль засобів масової інформації у формуванні громадської думки	22
2.2. Основні стратегії маніпулювання в умовах військового конфлікту	30
2.3. Вплив маніпуляції в засобах масової інформації на політичні процеси та міжнародні відносини	36
3. МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯЦІЙ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	38
3.1. Етичні стандарти та норми в інформаційній сфері	39
3.2. Розвиток медіаграмотності та критичного мислення	40
3.3. Законодавчі та інституційні механізми регулювання засобів масової інформації	45
4. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА ДОСЛІДЖЕННЯ	54
4.1. Приклади маніпулятивної інформації в російських засобах масової інформації.	54
4.2. Оцінка реакції громадськості на маніпуляційні техніки	68
4.3. Розробка та апробація методів протидії маніпуляції в засобах масової інформації	72
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79

ВСТУП

У сучасному світі засоби масової інформації відіграють критичну роль у формуванні громадської свідомості та суспільної думки. Здатність медіа впливати на великі аудиторії може використовуватися як для інформування громадськості, так і для маніпуляції. Маніпуляція у засобах масової інформації — це використання медійних ресурсів для свідомого впливу на думки, почуття та поведінку людей, часто за допомогою введення в оману, відвертої дезінформації або сфокусованої пропаганди.

Ця робота покликана дослідити сутність маніпуляцій у медійному просторі, визначити основні механізми та методи, які використовуються для маніпуляцій, а також розглянути сучасні стратегії та методи протидії таким впливам. Аналіз маніпуляцій в медіа не тільки розкриває способи їх реалізації, але й вказує на важливість розвитку критичного мислення та медіаграмотності серед населення як ключових засобів захисту від негативного впливу.

Протистояння між Росією та Україною має глибокі історичні корені, однак сучасний етап цього конфлікту набрав нових обертів у 2014 році. Того року, на фоні політичних потрясінь в Україні, пов'язаних із Євромайданом та зміною влади, Росія анексувала Крим та почала підтримувати сепаратистські рухи в Донецькій та Луганській областях, що призвело до військового конфлікту на сході України. Ці події поклали початок новій хвилі напруженості у відносинах між двома країнами.

У цей період медійні маніпуляції, хоч і були присутніми, мали порівняно початковий рівень сили та впливу. ЗМІ обох країн використовували для формування наративу, який відповідав інтересам їхніх урядів, однак інформаційний простір ще не був настільки насиченим маніпуляціями та пропагандою, як це сталося пізніше.

Пік маніпуляцій припав на період після повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році. Ця подія стала каталізатором для значного зростання

кількості та інтенсивності медійних маніпуляцій, оскільки інформаційна війна стала однією з ключових складових конфлікту. У цей час стало очевидно, що ЗМІ та соціальні мережі використовуються не лише для висвітлення подій, але й для впливу на громадську думку, мобілізації підтримки, розпалювання ненависті та дискредитації опонента.

Окрім традиційних новинних сайтів та телевізійних новин, значну роль у розповсюдженні інформації почала відігравати платформа Telegram. Цей месенджер став одним з головних медіа-ресурсів у контексті конфлікту, оскільки забезпечив швидке та зручне поширення новин, аналітичних матеріалів, персональних думок та інсайдерської інформації. Контент, який поширюється через Telegram, споживає колосально велика кількість людей, що робить його потужним інструментом впливу на громадську свідомість.

У епоху глобалізації та інформаційних технологій медіа стали невід'ємною частиною суспільного життя, формуючи не лише повсякденний досвід людей, але й колективну свідомість на рівні держав та цілих регіонів. Особливо виразно ця тенденція проявилася під час російсько-українського конфлікту, який розпочався у 2014 році з анексії Криму Російською Федерацією та подальших подій на сході України. Цей конфлікт показав, що інформаційний простір став ареною не менш запеклої боротьби, ніж фізичні поля битв.

Актуальність теми набуває значення у світлі поширення фейкових новин, дезінформації та пропаганди, що сприяють поглибленню конфлікту та ворожнечі, підривають довіру до інститутів та впливають на міжнародну безпеку та стабільність. У цьому контексті розуміння механізмів маніпуляції в ЗМІ та розробка ефективних засобів протидії є нагальною потребою. Сучасний інформаційний простір, який формується за допомогою новинних сайтів, агрегаторів новин, соціальних мереж та месенджерів, як-от Телеграм, є ключовою ареною для інформаційного протистояння у рамках російсько-українського конфлікту. Ця множинність каналів комунікації сприяє

швидкому поширенню інформації, але також і дезінформації, що робить тему медійних маніпуляцій надзвичайно актуальною. Розуміння механізмів цих маніпуляцій та розробка ефективних стратегій протидії є критично важливими для забезпечення інформаційної безпеки та захисту демократичних цінностей.

Мета дослідження: Основною метою цієї роботи є не лише теоретичне осмислення маніпулятивних технік, але й практичне вивчення ефективних інструментів і підходів, які можуть бути використані для боротьби з маніпуляціями. В контексті глобалізації інформаційних потоків та зростання впливу цифрових медіа, ця тема набуває особливої актуальності, вимагаючи комплексного підходу та міжнародної співпраці. Додатковою метою дослідження є:

- аналіз медійних маніпуляцій, що здійснюються через новинні сайти, агрегатори новин, соціальні мережі та месенджери на кшталт Телеграм, з метою виявлення стратегій та тактик дезінформації.
- розроблення рекомендацій для підвищення рівня медіаграмотності населення та створення інструментів для критичного аналізу інформації.

Завдання дослідження:

1. Ідентифікація та аналіз ключових джерел медійних маніпуляцій, включаючи новинні сайти, агрегатори новин, соціальні мережі та месенджери.
2. Вивчення специфічних прикладів маніпуляцій та дезінформації, використаних у ході російсько-українського конфлікту, та їх впливу на громадську думку.
3. Розроблення методологій для аналізу контенту та ідентифікації недостовірної інформації.
4. Розроблення рекомендацій та інструментів для підвищення медіаграмотності та критичного сприйняття інформації серед населення.

Об'єкт дослідження: Інформаційний простір, що охоплює новинні сайти, агрегатори новин, соціальні мережі та месенджери, зокрема Телеграм.

Предмет дослідження: Стратегії та методи медійних маніпуляцій та дезінформації, що використовуються через різноманітні цифрові платформи та медіа-канали.

Методологія дослідження: Методологія об'єднує кількісні та якісні методи аналізу, включаючи контент-аналіз, кейс-стаді, а також використання програмного забезпечення для аналізу великих даних та соціальних мереж, щоб ідентифікувати та аналізувати маніпулятивні тенденції та шаблони у використанні медіа.

Ключові слова: маніпуляція, засоби масової інформації, інформаційний простір, медіа, соціальна мережа, месенджер, медіаграмотність, дезінформація, фейк, пропаганда, наративи дискредитація, інформаційна війна, гібридна війна,

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯЦІЙ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

1.1. Визначення понять та термінологія

Маніпуляція в засобах масової інформації є важливим і складним питанням у сучасному медійному просторі. Розуміння цього феномена вимагає глибокого теоретичного підходу та аналізу різноманітних методів, які застосовуються для впливу на громадську думку. У цьому розділі ми зосередимось на теоретичних аспектах дослідження маніпуляцій у засобах масової інформації, охоплюючи такі важливі питання, як методи, мотиви, наслідки маніпуляцій, а також стратегії протидії цим явищам.

Для того, щоб якомога точніше розкрити суть такого процесу як маніпуляція в засобах масової інформації, потрібно чітко виокремити і визначити поняття маніпуляції та ЗМІ. **Маніпуляція** - це процес впливу на переконання, емоції або поведінку людини без її інформованої згоди, зазвичай з використанням прихованих, підступних, або непрямих методів. Маніпуляція може бути визначена як процес, в ході якого індивіди або групи використовують обман, приховані повідомлення або непрямі засоби впливу для зміни мислення або поведінки інших без їхньої інформованої згоди.

Розглядаючи маніпуляцію через призму психологічного аспекту, важливо зазначити, що маніпуляція часто ґрунтується на глибокому розумінні психології людини. Маніпулятори можуть використовувати емоційні важелі, такі як страх, щастя, ненависть або любов, для впливу на індивідів. Наприклад, медіа можуть акцентувати на тривожних новинах або скандалах, щоб викликати емоційну реакцію, яка сприятиме підвищенню віддачі від переглядів або читання.

Аби краще зрозуміти маніпуляцію, її важливо розглядати і в соціальному аспекті. Медіа можуть формувати соціальні норми або очікування, висвітлюючи певні події чи особистості в позитивному чи негативному світлі. Це може

впливати на те, як сприймається реальність, і може спонукати людей приймати рішення, які в іншому випадку могли б бути іншими.

При детальному аналізі такого явища як маніпуляція, не менш важливим є також технологічний аспект. Розвиток цифрових технологій значно розширив можливості для маніпуляцій. Використання алгоритмів для персоналізації контенту, який споживачі бачать в соціальних медіа або на інформаційних платформах, може вести до створення «ехо-камер», де люди стикаються тільки з інформацією, яка підтверджує їхні існуючі переконання. Ехо-камера - медійний простір, де користувачі зустрічаються тільки з інформацією або точками зору, які відповідають їхнім власним, що посилює їх попередні переконання.

Основними стратегіями маніпуляції є використання наративів для формування думок, вибіркове представлення фактів або даних для підтримки певних аргументів, використання пропаганди для посилення ідеологічного впливу, а також застосування фейкових новин для маніпулювання громадською думкою. Фейк - фальшива інформація, яка розповсюджується з метою дезінформації. Дезінформація, в свою чергу, є свідомим поширенням неправдивої інформації для введення в оману або маніпуляції громадською думкою.

Головна мета маніпуляції полягає у формуванні певних думок або ставлень, часто з метою досягнення політичних, економічних або соціальних цілей за допомогою різноманітних технік та стратегій, які спрямовані на те, щоб вплинути на громадську думку або змінити поведінку людей.

Одним із ключових методів маніпуляції є фреймінг, який включає вибір певного кута зору або контексту для представлення інформації. Фреймінг - процес, у якому медіа вибірково представляють аспекти події або питання, що спрямовує увагу аудиторії на певні інтерпретації, що дозволяє маніпуляторам акцентувати увагу на певних аспектах події, в той час як інші деталі можуть бути замовчувані або мінімізовані. Наприклад, у звітності про соціальні протести медіа можуть вибірково підкреслювати насильство, ігноруючи причини та цілі

протестувальників, що веде до формування негативного іміджу акцій. Теорія фреймінгу пояснює, що медіа керують тим, яким чином люди повинні аналізувати події. Вони структурують інформацію в рамки, презентуючи її у спрощений спосіб. Використовуючи ці рамки, мас-медіа здатні направляти увагу глядачів на певні аспекти теми, впливаючи на їхній спосіб мислення в бажаному напрямку.

Важливо відмітити, що використання фреймів медіа не обов'язково означає обман аудиторії. Встановленням фреймів медіа не спотворюють інформацію, а скоріше відсікають менш важливу частину даних. Це дає можливість медіа представити матеріал у більш привабливому світлі, не перевантажуючи аудиторію надмірною інформацією. Для ефективного використання фреймів необхідно зрозуміти переваги цільової аудиторії, що дозволяє медіа успішно подавати навіть неприємні новини, отримуючи при цьому їхню підтримку.

Однак, використання фреймів має й негативні наслідки: коли аудиторія звикає до певних рамок, вона починає сприймати всю інформацію через призму цих фреймів, що може обмежувати розгляд альтернативних точок зору та сприймання соціальної реальності у ширшому контексті. [45]

Емоційне залучення також є потужним інструментом маніпуляції. Засоби масової інформації можуть використовувати зображення, слова або сцени, які викликають сильні емоції, такі як страх або співчуття, для впливу на сприйняття подій. Дослідження емоційного аспекту у медійному контенті є ключовим для розуміння феномену інформаційної війни, яка сьогодні стала актуальною темою в Україні. Це поняття, вивчене в класичних медіа-дослідженнях, набуває особливого значення у світлі сучасних конфліктів, коли інформаційні потоки використовуються не тільки для інформування, але й для стратегічного впливу на громадську думку. Інформаційна війна переходить у новий рівень, де емоції стають зброєю, що використовується для залучення та утримання уваги аудиторії.

Емоції у медіа не просто сприяють запам'ятовуванню інформації, але й стимулюють глядача або читача реагувати, що збільшує комерційний успіх медійних продуктів. Телебачення та інші види медіа вже давно відійшли від простого виробництва новин, переходячи до нескінченного створення емоційного вмісту. Ця тенденція, розвинута ще до виникнення сучасної кризи, зараз досягла межі, що може бути небезпечною.

Емоційне навантаження, яке несуть сюжети, стало важливим індикатором їхньої ефективності. Інформація, яка викликає сильні почуття, може вплинути на глибокі шари психіки, особливо коли вона несе негативний емоційний заряд. Така інформація має тенденцію залишатися в пам'яті людини довше, впливаючи на її світогляд та рішення. Це робить емоції важливим інструментом у конкурентній боротьбі медіа за увагу та відданість аудиторії, стаючи основою для виживання в умовах медійної перенасиченості. [43]

Відволікання уваги є ще одним методом, який використовують медіа для маніпуляції. Відволікання уваги – переміщення уваги з одного об'єкта на інший, що може включати переключення фокусу громадськості з однієї важливої теми на менш значущу, щоб уникнути глибокого аналізу або критики. Наприклад, важлива подія в інформпросторі: «Північноатлантична рада офіційно розпочала процес вступу Фінляндії та Швеції до НАТО». В цей же час з'являються новини: «Сирія прийняла рішення визнати незалежність т.зв. лнр та днр.», «Кандидатство в ЄС нічого не змінить для України, головне, щоб процеси не завдали проблем рф», – д. пєсков. [20]

Для протидії маніпуляціям необхідно розвивати медіаграмотність, критичне мислення та вміння аналізувати і критично ставитись до отриманої інформації. Також важливим є поширення знань про методи маніпуляції, активне використання незалежних перевірок фактів та залучення громадськості до обговорення і регулювання медійного контенту.

Теоретичні підходи до вивчення маніпуляцій:

Теоретичні підходи до вивчення маніпуляцій в засобах масової інформації базуються на різних наукових дисциплінах, які допомагають зрозуміти механізми та наслідки цього явища. Основними напрямками є психологія, соціологія, комунікаційні дослідження та політологія, кожен з яких пропонує унікальний підхід до аналізу маніпулятивних технік.

Психологія зосереджується на впливі медіа на індивідуальну свідомість та поведінку. Вона вивчає, як люди сприймають інформацію, реагують на емоційний контент та приймають рішення під впливом медійних повідомлень. Психологічний аналіз дозволяє зрозуміти, як маніпуляції можуть формувати ставлення та впливати на пам'ять людини.

Соціологія досліджує маніпуляції на рівні суспільства, аналізуючи, як медіа впливають на соціальні групи, культурні норми та публічні дебати. Цей напрямок вивчає, як медіа можуть формувати громадську думку та сприяти соціальним змінам або, навпаки, консервації певних переконань.

Комунікаційні дослідження пропонують аналіз механізмів передачі інформації через медіа та її вплив на аудиторію. Ця галузь зосереджується на ролі медіа у формуванні політичної повестки, використанні символів та наративів, і розглядає медіа як інструмент маніпуляції в руках владних структур.

Політологія досліджує використання медіа для досягнення політичних цілей, включаючи пропаганду та психологічні операції. Вона допомагає розуміти, як політичні сили використовують медійні ресурси для зміцнення своєї влади, мобілізації підтримки та дискредитації опонентів.

Ці теоретичні підходи допомагають виявити не тільки як, але й чому маніпуляції є ефективними. Вони надають рамки для розуміння взаємо-взаємодій між медіа, політикою та громадськістю, що є важливим для розробки стратегій протидії маніпуляціям. Вони відкривають шлях для більш глибокого аналізу впливу медіа на демократичні процеси та надають основу для розвитку політик з регулювання медійного простору. Важливість цих теоретичних підходів

полягає в здатності не просто розпізнати маніпуляції, але й зрозуміти, як вони функціонують в реальному соціокультурному контексті, що є ключем до їх ефективного нейтралізування.

У контексті дослідження маніпуляцій в засобах масової інформації, важливо розуміти ключові поняття та термінологію, які використовуються у цій галузі. Ось деякі з основних термінів та їх визначення:

1. **Засоби масової інформації (ЗМІ)** - організації або технологічні канали, що дозволяють одній особі або групі комунікувати з широкою аудиторією, зазвичай це телебачення, радіо, преса та інтернет.
2. **Агендна теорія (Agenda-setting theory)** - теорія в медійних студіях, яка припускає, що ЗМІ не відображають реальність, а формують публічний порядок денний, впливаючи на те, які питання сприймаються як важливі.
3. **Інформаційний простір** - сфера обігу інформації в суспільстві, включаючи всі види медіа, публічні та приватні комунікації.
4. **Медіа** - загальний термін, що включає всі канали та засоби для розповсюдження інформації.
5. **Соціальна мережа** - онлайн платформи, що дозволяють користувачам взаємодіяти, ділитися контентом та створювати соціальні зв'язки.
6. **Месенджер** - програми та сервіси для миттєвого обміну повідомленнями через інтернет.
7. **Медіаграмотність** - здатність критично оцінювати інформацію та медіа-контент, розуміння того, як медіа повідомлення формуються та який вплив вони можуть мати.
8. **Пропаганда** - систематичне використання медіа для поширення ідеологічних повідомлень або державних політик.
9. **Інформаційна війна** - використання інформаційних технологій для ведення військових дій, що включає кібератаки, дезінформацію та інші засоби впливу на громадського суспільства, включаючи маніпуляцію громадською думкою та поведінкою через медіа.

10. **Гібридна війна** - військова стратегія, яка включає поєднання конвенційних військових операцій з неконвенційними методами (наприклад, кібервійни та психологічні операції), часто з використанням засобів масової інформації для досягнення стратегічних цілей.
11. **Наратив** - це спосіб представлення або розповіді, який формує сприйняття та розуміння подій, людей або ідей. У контексті медіа та комунікацій, наратив використовується для створення згуртованої історії, яка може спонукати аудиторію відчувати певні емоції, міркувати певним чином або діяти відповідно до переданої інформації. Наративи мають потужну здатність впливати на публічну думку і часто використовуються у політичних, соціальних та маркетингових кампаніях.
12. **Дискредитація** - це процес підриву репутації, довіри або вірогідності особи, організації або держави через поширення негативної, часто неправдивої інформації. Метою дискредитації є зменшення впливу суб'єкта або його відкидання громадськістю, політичними опонентами або конкурентами. [33]

1.2 Механізми маніпуляції в інформаційних засобах масової комунікації

Механізми маніпуляції в інформаційних засобах масової комунікації відіграють значну роль у формуванні громадської думки та поведінки. Вони включають в себе різноманітні стратегії та методи, що дозволяють медіа-компаніям, політичним групам або іншим впливовим структурам впливати на перцепції та емоції аудиторії. З розвитком цифрових технологій та збільшенням доступу до інформації через інтернет, розуміння цих механізмів стає критично важливим для забезпечення прозорості та відповідальності у медійному просторі.

Ці механізми охоплюють широкий спектр тактик, від використання емоційно заряджених зображень та мови до фреймінгу новин і подій у спосіб,

який сприяє певним інтересам. Вони можуть включати приховування важливої інформації, перекручування фактів або навіть відверту дезінформацію. Важливість розуміння та аналізу цих механізмів полягає у забезпеченні можливості людей критично оцінювати інформацію, яку вони споживають, та розуміти, як маніпуляції можуть впливати на їхні погляди та рішення.

Стратегія відволікання уваги відіграє важливу роль у соціальному контролі, переключаючи фокус аудиторії з істотних соціальних змін на менш важливі теми. Засоби масової інформації можуть спонукати людей звертати увагу на тривіальні події, в той час як більш значущі новини, наприклад, з науки або економіки, залишаються поза основним дискурсом. Наприклад, замість серйозного висвітлення політичних подій медіа можуть зосереджуватися на розвагах або сенсаціях. [28]

Метод «проблема-реакція-рішення» полягає в створенні ситуації, яка провокує публічну реакцію, змушуючи людей вимагати змін, які вигідні владі. Через це, наприклад, уряд може ініціювати або дозволити кризові події, спонукаючи громадськість вимагати нових законів, що обмежують особисті свободи під виглядом забезпечення безпеки.

Стратегія поступового прийняття використовується для впровадження непопулярних рішень шляхом їхнього поступового запровадження протягом тривалого часу, щоб зменшити опір громадськості. Це включає повільні, але сталі зміни в соціальній та економічній політиці.

Тактика посилення відчуття власної провини має на меті змусити людей повірити, що вони самі винні у своїх проблемах, замість того, щоб спрямовувати злість на несправедливості соціальної системи. Це може призвести до самознищення та пасивності, знижуючи ймовірність суспільних протестів.

Відстрочка виконання полягає у перенесенні прийняття непопулярних рішень на майбутнє, змушуючи людей погоджуватися на компроміси, які можуть виявитися болісними або неприйнятними на даний момент.

Звертання до громадськості, як до дітей, може знизити критичне мислення та сприйняття аудиторії, пропонуючи прості рішення складних проблем, що сприяє прийняттю навіть несправедливих чи обмежувальних заходів.

Тож, застосування технік інформаційно-психологічного впливу для формування громадської думки є відомим глобальним явищем. Мас-медіа, розраховані на широку аудиторію, історично використовують спрощення контенту для кращого засвоєння матеріалу масами. Існує норма, що інформація має бути представлена на рівні, який на 10% нижчий за середній інтелектуальний рівень цільової аудиторії. Такий підхід сприяє простоті змісту у газетах, журналах та телевізійних новинах.

Це правило ґрунтується на психологічному принципі, відомому з робіт Волтера Ліппмана, який у XX столітті висунув теорію про те, що люди підсвідомо схильні до сприйняття складних явищ у формі спрощених концепцій. Він вважав, що сприйняття — це процес впорядковування нової інформації під уже існуючі у свідомості стереотипи. Тому медіа прагнуть стандартизувати інформацію до усталених стереотипів, щоб людина сприймала повідомлення легко та без зайвих зусиль, мінімізуючи критичне мислення. Це пояснює, чому засоби масової інформації часто зводять складні суспільні проблеми до надзвичайно простих висновків.

Соціологічні аспекти маніпуляції в ЗМІ

Соціологічні аспекти маніпуляції в засобах масової інформації охоплюють вивчення впливу медіа на суспільні відносини, формування громадської думки та соціальні норми. Маніпуляція в медіа не просто впливає на те, яку інформацію отримують люди, а й як вони її інтерпретують і які дії від цього виникають.

Формування суспільної думки: Медіа мають здатність не тільки інформувати, а й формувати громадську думку через вибір тем, кутів зору та контекстів, в яких подається інформація. Агендасеттинг, або встановлення

порядку денного, дозволяє медіа визначати, про які питання має думати суспільство та які теми вважати важливими.

Стереотипізація та символічне насильство: Медіа часто використовують стереотипи для спрощення складних понять і сприйняття різних соціальних груп. П'єр Бурдьє описував це як форму символічного насильства, де домінування певних ідеологій в медіа може підтримувати існуючі соціальні ієрархії.

Конструювання реальності: Засоби масової інформації не просто відображають реальність, а активно її конструюють. Через вибіркове представлення подій та інформації, медіа можуть впливати на сприйняття суспільства і тим самим втручатися у формування соціальної реальності.

Маніпуляція та контроль: Еміль Дюркгейм і інші соціологи вказували на здатність медіа забезпечувати соціальну координацію та контроль. Через регулярне впливання на загальноприйняті норми та вартості, медіа відіграють ключову роль у підтримці або виклику соціальних змін.

Макс Вебер, один із засновників сучасної соціології, не зосереджувався безпосередньо на темі маніпуляцій у засобах масової інформації, як це ми розуміємо сьогодні. Однак його теорії та дослідження з бюрократії, соціального розшарування та авторитету надзвичайно важливі для розуміння, як владні структури можуть використовувати медіа для впливу на суспільство. Вебер аналізував роль влади і авторитету у соціальній організації, в тому числі і як це відображається в засобах комунікації. [24]

Вебер вводить три типи авторитету: традиційний, харизматичний і законний (раціонально-легальний). Це основа для розуміння, як різні типи лідерства та влади впливають на переконання та дії людей через комунікаційні канали. Вебер описує процес раціоналізації у сучасних суспільствах, де бюрократія відіграє ключову роль. Він вважав, що бюрократія є найбільш ефективною формою організації, але також попереджав про «залізну клітку» раціоналізації, де індивідуальна свобода може бути підтиснута під вагою раціональних структур. Це має прямий зв'язок з медіа, оскільки медійні компанії

можуть також проявляти бюрократичні тенденції, що впливають на подачу інформації.

Хоча Вебер не розглядав медіа в контексті сучасного розуміння засобів масової інформації, його ідеї можуть бути застосовані для аналізу впливу медіа на суспільство. Його концепції про владу та контроль, а також раціоналізацію можуть допомогти зрозуміти, як медіа використовуються для маніпуляції громадською думкою та формування соціальних норм.

Його роботи надають важливий контекст для тих, хто бажає глибше зрозуміти, як соціальні сили впливають на медійний ландшафт і, в свою чергу, на формування самого суспільства. Його аналізи соціальної влади та інституціональних структур пропонують цінний інструментарій для розуміння, як медіа можуть слугувати як інструменти соціального контролю та маніпуляції. [24]

А от Стюарт Холл, відомий теорією кодування/декодування, яка ідеально ілюструє соціологічні аспекти маніпуляції в засобах масової інформації, стверджував, що медійне повідомлення не просто передається від відправника до одержувача, а кодується виробником контенту та декодується споживачем. Він ідентифікував три основні позиції декодування:

1. **Домінуюче або переважне читання**, де аудиторія взаємодіє з повідомленням так, як це передбачалось виробником.
2. **Переговорне читання**, що включає деякі аспекти домінуючого читання, але також має особистісні інтерпретації, які можуть відрізнятись.
3. **Опозиційне читання**, при якому аудиторія повністю відкидає погляд, закодований в повідомленні, часто через розбіжності у культурних, соціальних або політичних відносинах.

Стюарт Холл також досліджував, як медіа використовують мову та символи для маніпуляції публічною думкою, особливо через процеси стереотипізації та представлення. Він аргументував, що медіа не лише віддзеркалюють, але й

активно формують соціальну реальність через фреймінг новин та подій, що сприяє підтримці певних ідеологій та владних структур. [38]

Роботи Холла відкрили нові напрямки у вивченні зв'язку між культурою, медіа та владою, дозволивши глибше розуміння того, як медіа впливає на ідентичність, расу та етнічність, стать та клас. Вони продемонстрували, як важливо розглядати не лише зміст медійних повідомлень, а й контекст, у якому медіа спрямовані. Його підходи спонукають до критичного аналізу медійних повідомлень та їхнього впливу на формування суспільних уявлень і поведінки.

Стюарт Холл підкреслював, що медіа не просто пасивно передають інформацію, але активно участвують у формуванні культурних кодів та ідеологій. Він вважав, що медіа можуть слугувати як інструменти для підтримки існуючих владних структур, так і для їх виклику. Через це його дослідження мають значний вплив на сучасні соціологічні теорії медіа та культурні дослідження, зокрема у таких областях як постколоніальні студії, студії ідентичності та медіакультура.

Стюарт Холл залишив значний внесок у соціологію медіа, звертаючи увагу на те, як медіа конструюють соціальну реальність та впливають на соціальні відносини, і як цей вплив може бути маніпулятивним або емансипаторним. Його роботи продовжують впливати на сучасні дослідження у сфері медіа і культурної критики, допомагаючи дослідникам краще розуміти складні взаємозв'язки між медіа, владою та культурою.[39]

В області дослідження маніпуляцій у засобах масової інформації важливими є кілька аспектів: теоретичні рамки, визначення ключових понять, механізми маніпуляції, а також соціологічні наслідки таких впливів.

Теоретичні аспекти та термінологія

В теоретичному аспекті основу становить розробка концептуального апарату та визначення ключових понять, таких як «маніпуляція», «медіа», «інформаційний простір» і «соціальні мережі». Теорії маніпуляції в медіа

охоплюють фреймінг, агендасеттинг та вплив на формування громадської думки через вибіркове подання інформації.

Механізми маніпуляції в інформаційних засобах масової комунікації включають використання емоцій, повторення, селективність інформації та авторитетних джерел. Ці інструменти дозволяють формувати суспільну свідомість і впливати на прийняття рішень громадськістю.

Соціологічні аспекти маніпуляції в ЗМІ зосереджуються на вивченні впливу медіа на культурні норми та поведінку суспільства. Дослідження показують, як медіа конструюють соціальну реальність, створюючи чи підтримуючи певні стереотипи та ідеології, що може призводити до соціального контролю та масового впливу.

Загалом, дослідження маніпуляцій у медіа розкривають складні взаємозв'язки між владою, культурою і технологіями у сучасному інформаційному суспільстві. Вони підкреслюють необхідність критичного підходу до аналізу медійного контенту та важливості медіаграмотності для сучасних громадян. Ці дослідження наголошують на важливості освіти та правильного розуміння медійних процесів для забезпечення демократичної та справедливої суспільної взаємодії.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ МАНІПУЛЯЦІЇ В ЗМІ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

Аналіз впливу маніпуляції в засобах масової інформації на громадську думку стає все більш актуальним у світі, де медіа-простір швидко розширюється та еволюціонує. Засоби масової інформації мають величезний потенціал у формуванні публічної свідомості, впливаючи не тільки на окремі політичні чи соціальні рішення, але й на культурні та ідентичність націй. Цей аналіз має на меті розглянути, як маніпуляції через медіа впливають на сприйняття інформації та вибори людей, використовуючи різні техніки та стратегії для досягнення певних цілей.

Розуміння цього процесу є ключовим для забезпечення здорового інформаційного середовища і демократичної взаємодії у суспільстві. Особливо важливим є вивчення методів фреймінгу, агендасеттингу та створення наративів, які можуть змінювати фокус громадської уваги та формувати обговорення ключових суспільних питань. Також важливим є аналіз впливу цифрових платформ і соціальних мереж, де швидке поширення інформації та легка доступність засобів маніпуляції ставлять під загрозу якість та достовірність контенту, яким ми користуємося щодня.

У сучасній Україні та Європі цифрові медіа змінили ландшафт інформаційного простору, забезпечивши швидке поширення інформації. Платформи, такі як Telegram, Facebook, Twitter і YouTube, стали ареною для політичних баталій, де часто використовуються маніпуляції, щоб формувати громадську думку щодо критичних питань, як-от вибори, міграція та національна

безпека. Наприклад, під час виборчих кампаній в Україні часто використовуються соціальні мережі для розповсюдження фейкових новин та маніпулятивних наративів, спрямованих на дискредитацію опонентів.

Традиційні медіа, як-от телебачення та друковані видання, в Україні та багатьох європейських країнах, продовжують впливати на формування громадських думок, хоча і зазнають впливу власників та політичних сил. Це включає стратегії фреймінгу та вибіркове висвітлення інформації, щоб підтримати певні політичні або економічні агенди. Часто така практика веде до зміщення громадських дебатів та спотворення реальності.

Важливим аспектом є зростання медіаграмотності серед населення. Програми медіаграмотності, які набирають популярності в Україні та європейських країнах, намагаються навчити людей критично аналізувати медійні повідомлення та розпізнавати маніпулятивні техніки. Це сприяє збільшенню громадської думки більш об'єктивним та менш вразливим до маніпуляцій. [23]

В Європі, ініціативи з протидії маніпуляціям в ЗМІ також набирають обертів. Наприклад, Європейський Союз активно впроваджує програми, спрямовані на боротьбу з дезінформацією, особливо у контексті виборів та великих політичних кампаній. Це включає моніторинг медіа-контенту, підтримку незалежних новинних ресурсів і навчання громадськості навичкам критичного аналізу інформації.

2.1 Роль засобів масової інформації у формуванні громадської думки

У сучасному світі засоби масової інформації відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки. Вони не просто інформують людей про події, але й формують спосіб, у який ці події сприймаються. Цей розділ зосередиться на розгляді механізмів впливу ЗМІ на суспільні настрої та думки, аналізуючи такі аспекти, як агендасеттинг (встановлення порядку денного), фреймінг (рамкове подання інформації), та створення наративів. Ми розглянемо, як медійні повідомлення впливають на формування соціальних установок і поведінки, в

тому числі через вибіркове подання інформації, а також способи, якими ЗМІ можуть маніпулювати фактами в інтересах певних політичних та економічних груп. Важливо розуміти ці процеси, щоб громадяни могли критично аналізувати отриману інформацію та робити обґрунтовані вибори.

Засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, впливаючи на сприйняття подій, ідей, культурних норм і політичних позицій серед населення. Цей вплив зумовлений кількома основними функціями та механізмами, які мають велике значення у сучасному інформаційному просторі. [45]

Почнемо із поняття агендасеттингу (теорія Agenda-setting), або ж відомим інакше як теорія порядку денного, яка є однією з найважливіших ролей ЗМІ, тобто має здатність визначати, які питання будуть вважатися важливими і обговорюватися в суспільстві. ЗМІ вибирають, які новини подавати та як їх подавати, що напряду формує уявлення людей про те, що є важливим. В результаті, громадська увага концентрується на вибраних темах.

Теорія агендасеттингу (встановлення порядку денного) є одним з ключових понять у вивченні впливу засобів масової інформації на громадську думку. Ця теорія вперше була сформульована Максвеллом МакКомбсом та Дональдом Шоу під час їхнього дослідження виборчих кампаній у США у 1972 році. [47]

Агендасеттинг описує процес, за допомогою якого ЗМІ впливають на те, про що люди думають, керуючи темами, які є предметом громадської уваги.

Вибір тем: ЗМІ вирішують, які події чи проблеми висвітлювати, тим самим встановлюючи порядок денний для громадських дебатів.

Частота і видимість: теми, які часто згадуються в новинах, сприймаються як важливіші. Велика увага до певної теми може збільшити усвідомлення її значення серед населення.

Перенесення важливості: ЗМІ можуть не тільки вказувати на теми, які слід розглядати як важливі, але й формувати сприйняття важливості цих тем через те, як вони подаються.

Вплив на громадську думку

Встановлення порядку денного ЗМІ має потужний вплив на формування громадської думки. Виборці формують свої політичні думки, базуючись на інформації, яку вони отримують через ЗМІ. Якщо певні питання або кандидати отримують більше уваги, вони можуть сприйматися як важливіші.

Через підняття певних тем ЗМІ можуть мобілізувати громадськість до дій або протестів. Наприклад, екологічні чи соціальні кампанії можуть здобувати популярність, якщо вони активно висвітлюються у пресі.

Критика та обмеження

Деякі критики вказують, що люди можуть шукати інформацію з різних джерел і не обов'язково покладаються тільки на ЗМІ для формування своїх переконань. Отже, вплив ЗМІ може бути обмеженим для індивідів з високим рівнем критичного мислення чи доступом до альтернативних джерел інформації.

ЗМІ часто покладаються на обмежене коло джерел, що може призвести до однобокого висвітлення новин, що також обмежує об'єктивність і повноту інформації. [28]

Завдання та перспективи

Розвиток цифрових технологій та зростання впливу соціальних медіа вимагають від засобів масової інформації переосмислення їхніх підходів до встановлення порядку денного. Підвищення медіаграмотності серед населення і забезпечення багатогранності інформаційних джерел може допомогти зміцнити об'єктивність і відкритість громадського дискурсу.

Таким чином, у висновку важливо виокремити те, що агендасеттинг є могутнім інструментом ЗМІ, який має важливе значення для формування громадської свідомості та соціальних настроїв, і який вимагає відповідального використання для підтримки здорової демократії та справедливого суспільства.

Фреймінг (рамкове подання)

ЗМІ не тільки вирішують, що вважати важливим, але й як це представляти. Фреймінг визначає контекст або рамки, в яких події та інформація будуть інтерпретуватися. Наприклад, подія може бути представлена як трагедія або як можливість для змін, в залежності від того, який «фрейм» використовують ЗМІ.

Теорія фреймінгу (рамкове подання) вивчає процес, в якому медіа організовують і представляють інформацію таким чином, що впливає на сприйняття і реакції аудиторії. Це один з центральних елементів у здатності засобів масової інформації формувати громадську думку. Фреймінг зосереджений на тому, як проблема структурована і який контекст подається, що в кінцевому підсумку визначає, як люди інтерпретують і реагують на інформацію.

Основні аспекти фреймінгу

Вибір інформації. Медіа вибирають, яку інформацію включити або виключити. Це включає вибір кута зору, з якого подається новина, які деталі висвітлюються, а які ігноруються.

Мова і символіка. Слова, зображення і символи, які використовуються для опису події, можуть сильно вплинути на емоційну реакцію людей. Наприклад, слово «зброя» може бути замінено на «захисний механізм» для створення менш агресивного контексту.

Поставлені питання. Те, які питання ставляться під час обговорення проблеми, також впливає на розуміння теми. Питання можуть направляти аудиторію до певних висновків або відображати певний вектор думки.

Фреймінг часто критикують за маніпулятивність та спрямованість на певні ідеології. Він може використовуватись для просування певних інтересів, що може призводити до однобічного інформаційного потоку та обмеження об'єктивності.

Важливим аспектом протидії маніпулятивному фреймінгу є розвиток медіаграмотності серед аудиторії. Люди мають бути навчені розпізнавати різні фрейми та розуміти, як вони можуть впливати на їх сприйняття інформації. Таке

навчання допомагає громадянам критично аналізувати новини, виходячи за рамки поданої медіа-наративу, та формувати власну обізнану думку.

Зрозуміння та вміння аналізувати фреймінг в ЗМІ допомагає забезпечити більш здорове інформаційне середовище, підтримувати демократичні процеси та сприяти формуванню об'єктивної громадської думки. Вивчення фреймінгу в рамках медіа досліджень продовжує бути актуальним для розуміння ширших суспільних процесів та змін.

Соціальне віддзеркалення

ЗМІ можуть відігравати роль «дзеркала» суспільства, відображаючи його цінності, проблеми та конфлікти. Однак це «дзеркало» не завжди об'єктивне або нейтральне. ЗМІ можуть підсилювати певні соціальні наративи або ідеології, що сприяє певному сприйняттю реальності.

Соціальне віддзеркалення в мас-медіа — це процес, через який засоби масової інформації відображають або моделюють соціальну реальність, тим самим впливаючи на сприйняття та формування суспільної думки. Ця концепція важлива для розуміння того, як медіа можуть формувати культурні норми та очікування в суспільстві, відіграючи роль інструменту соціальної та культурної інтеграції чи, навпаки, розколу. [29]

Принципи соціального віддзеркалення

1. ЗМІ не просто пасивно передають інформацію про події, вони активно конструюють реальність через мову, зображення та інші символічні засоби. Це створення реальності відбувається через вибір того, які події висвітлюються та як ці події подаються.
2. ЗМІ встановлюють рамки, в яких мають сприйматися події та явища. Це включає в себе вибір тем, акцентування на певних аспектах новин та ігнорування інших. Таким чином, медіа можуть підкреслювати певні культурні цінності та норми, підтримуючи статус-кво або, навпаки, викликаючи суспільні зміни.

3. Медіа відіграють ключову роль у формуванні ідентичностей, відображаючи та формуючи уявлення про різні соціальні, етнічні, гендерні та вікові групи. Через це вони впливають на саморозуміння людей та на те, як різні групи сприймають одна одну.

Соціальне віддзеркалення впливає на суспільну думку, роблячи певні події та явища більш видимими, а інші — ігнорованими. Медіа можуть підтримувати існуючі стереотипи або сприяти їх розмиванню, залежно від того, як представляються певні групи населення. Через вибіркове віддзеркалення подій та проблем, медіа впливають на формування політичної агенди, а також сприяють поширенню певних культурних норм та цінностей, що веде до гомогенізації культур у глобальному масштабі, одночасно зменшуючи культурне різноманіття.

Концентрація медіа-власності в руках невеликої кількості людей може призвести до упередженого віддзеркалення реальності, оскільки власники медіа можуть маніпулювати вмістом для служіння своїм інтересам. [17]

Медіа можуть використовуватися як інструмент соціального контролю, віддзеркалюючи і посилюючи владні структури та ідеології, які вони підтримують.

Перспективи розвитку

Для того, щоб адресувати виклики, пов'язані з соціальним віддзеркаленням, важливо підтримувати різноманіття джерел інформації і забезпечувати доступ до незалежних медіа, які можуть пропонувати альтернативні точки зору. Також важливою є підтримка медіаграмотності серед населення, щоб люди могли критично аналізувати інформацію, яку вони споживають.

У підсумку, соціальне віддзеркалення у мас-медіа — це могутній інструмент, який має значний вплив на формування суспільних настроїв і культурних норм. Важливо, щоб цей інструмент використовувався відповідально і з урахуванням його потенційного впливу на суспільство.

Спіраль мовчання

ЗМІ можуть впливати на громадську думку через так звану «спіраль мовчання», коли люди воліють промовчати тоді, коли відчують, що їхні погляди в меншості, непопулярні чи це просто особлива думка, щоб не опинитись у соціально-психологічній ізоляції.. Це може призвести до того, що непопулярні думки не висловлюються публічно, що зміцнює домінування популярних поглядів і потенційно спотворює реальне становище у суспільстві.

Ця теорія вперше була розроблена німецьким політологом Елізабет Ноель-Нойманн у 1970-х роках. [32]

Ключові аспекти спіралі мовчання:

Страх ізоляції. Основна ідея спіралі мовчання полягає в тому, що люди бояться бути соціально ізольованими або відкинутими своїм оточенням. Це страх бути виключеним з групи через висловлювання думок, які сприймаються як непопулярні або суперечливі.

Оцінка клімату думок. Люди постійно «сканують» соціальне оточення, щоб зрозуміти, які думки або поведінка прийнятні чи відхилені. Вони використовують публічно доступну інформацію, включаючи засоби масової інформації, щоб оцінити ризики вираження власних поглядів.

Спіраль мовчання має значний вплив також і на формування громадської думки у контексті політичних дебатів та виборів. Якщо достатньо велика частина населення відмовляється від висловлювання своїх думок, це може призвести до так званого викривлення громадської думки, де певні погляди здаються більш популярними, ніж вони є насправді.

Медіа можуть використовувати спіраль мовчання, акцентуючи увагу на певних поглядах або думках, щоб спонукати або пригнічувати певні соціальні рухи. Це створює виклики для збалансованої та справедливої журналістики, яка повинна прагнути давати голос всім групам суспільства.

Стратегії протидії

1. Збільшення медіаграмотності. Навчання громадськості критично сприймати інформацію та розуміти свої права і відповідальності як споживачів медіа може допомогти зменшити вплив даного явища.
2. Забезпечення різноманіття джерел. Поширення інформації через різноманітні платформи і канали може сприяти більшій різноманітності поглядів і зменшити страх перед соціальною ізоляцією через висловлення особистої думки.

Таким чином, спіраль мовчання є потужним свідченням впливу соціального контексту на особистісне висловлення. На щастя, з появою соцмереж та інтернет-медіа, теорію спіралі мовчання досить легко відслідковувати. Розуміння цього явища є важливим для розвитку здорової публічної сфери дебатів, де кожен може відчувати себе вільним висловлювати свої думки без страху перед репресіями або соціальною ізоляцією.

Засоби масової інформації відіграють критичну роль у формуванні громадської думки, особливо в умовах сучасних інформаційних воєн та політичних конфліктів. Вони не тільки впливають на індивідуальні погляди та поведінку, але й формують суспільний контекст, у якому розгортаються політичні та соціальні події.

Пропаганда, дезінформація, психологічні операції та відволікання уваги є засобами масової інформації для маніпулювання громадською думкою, що може вести до важливих змін у суспільній поведінці та виборчих рішеннях. У контексті військових конфліктів, таких як російсько-українська війна, ці стратегії мають на меті не лише внутрішню мобілізацію, але й формування міжнародної підтримки або засудження дій.

Медіа використовуються також для відображення та посилення національних ідентичностей, культурних норм та цінностей, що, у свою чергу, впливає на інтерпретацію подій, дій держави та інших акторів. Ефективність цих інструментів залежить від здатності медіа забезпечувати переконливість та

емоційне залучення аудиторії, що робить критичне сприйняття і медіаграмотність ключовими компонентами сучасної освіти.

Таким чином, дуже важливим є дотримання балансу між свободою преси та відповідальністю ЗМІ перед суспільством, щоб забезпечити об'єктивність, точність та справедливість у висвітленні інформації. Такий підхід дозволить зменшити маніпулятивний вплив та сприяти розвитку демократичного суспільства.

2.2 Основні стратегії маніпулювання в умовах військового конфлікту

Умови військового конфлікту часто породжують складні комунікативні виклики, які включають маніпуляції інформацією з метою впливати на громадську думку, моральний стан військових і політичних стратегій. Нижче наводжу детальний огляд основних стратегій маніпулювання, які часто використовуються в умовах військового конфлікту, а також дослідники, які аналізували ці стратегії.

Основні поняття маніпулювання в умовах військового конфлікту

Маніпулювання в умовах військового конфлікту може включати різні техніки та підходи, спрямовані на контроль над інформацією та її представленням з метою досягнення конкретних політичних або військових цілей. Це може включати дезінформацію, пропаганду, психологічні операції, цензуру та інші засоби впливу на свідомість та поведінку людей.

Пропаганда – систематичне поширення направленої інформації або дезінформації для формування або зміни переконань та поведінки. Пропаганда є однією з найбільш розповсюджених і ефективних стратегій маніпулювання в умовах військового конфлікту. Вона використовується для формування громадської думки, мотивації військових та демотивації противника.

Цільова аудиторія. Пропаганда часто націлена на різні групи, включаючи власне населення, військових, союзників та ворожі народи. Важливо розрізняти меседжі, які спрямовуються на кожну з цих груп.

Зміст. Матеріали пропаганди можуть включати ідеалізацію власних досягнень, демонізацію ворога, применшення проблем та перебільшення успіхів. Часто використовуються емоційні зображення і риторика для посилення ефекту.

Методи та канали розповсюдження. Пропаганда може поширюватися через традиційні медіа (телебачення, радіо), друковані видання, а також через інтернет, включаючи соціальні мережі, блоги, форуми. Важлива роль при цьому належить цензурі і контролю над інформаційним простором.

Психологічний вплив. Пропаганда часто спрямована на виклик страху, ненависті або гордості, використовуючи стереотипи та емоційно заряджені образи для маніпуляції почуттями та переконаннями людей.

Вплив пропаганди та її дослідження. Пропаганда має глибокий вплив на військові та політичні події, оскільки вона формує уявлення і може значною мірою впливати на рішення громадськості та політиків. Едвард Бернейс вважається батьком публічних відносин, і Ноам Чомскі, який аналізує медіа і владу у своїй теорії «Manufacturing Consent» (виробництво згоди). [47]

Психологічні операції – Використання різних методів, таких як психологічний тиск і вплив на моральний дух ворога. Основні розробки в цій області належать до діяльності військових та спецслужб різних країн. Психологічні операції (PsyOps) відіграють ключову роль у військовій стратегії, особливо в умовах військових конфліктів. Їхнім головним завданням є вплив на переконання, емоції та раціональні рішення обраної аудиторії для досягнення стратегічних цілей. Психологічні операції включають різноманітні тактики, від розповсюдження інформації до використання дезінформації, впливу на моральний дух, та інших методів непрямого впливу.

Цільова аудиторія. Визначення цільової аудиторії є критично важливим. Це можуть бути ворожі війська, місцеве населення в зоні конфлікту, міжнародна громадськість або власні військові сили та цивільне населення.

Повідомлення. Розробка спеціально підібраних повідомлень, які можуть включати пропаганду, підбурювання, заохочення або заперечення з метою формування або зміни думок і поведінки.

Методи розповсюдження. Використання медіа, соціальних мереж, плакатів, листівок, радіо та телебачення для поширення повідомлень. Вибір методу залежить від доступності і проникнення серед цільової аудиторії.

Психологічний вплив. Основна мета полягає в тому, щоб змусити аудиторію зробити або відмовитися від певних дій, впливаючи на їхні емоції, мотивацію та вибір. Наприклад, підвищення моралю власних військ, зниження бойового духу противника, або зміна громадської думки.

Ефективність та виклики. Психологічні операції вимагають глибокого розуміння культурних, соціальних і психологічних чинників цільової аудиторії. Їхній успіх залежить від точності та адаптивності до змінюваних умов та реакцій аудиторії. Виклики полягають у правильному виборі та використанні каналів комунікації, зборі та аналізі інформації про ефективність переданих повідомлень, а також у необхідності швидкої адаптації стратегій у відповідь на протидію.

Етичні міркування. Психологічні операції також порушують етичні питання, зокрема щодо використання дезінформації та маніпуляцій. Важливо забезпечити, що такі операції не порушують міжнародного права та не спричиняють шкоди цивільному населенню.

Це ключова область військової стратегії, яка вимагає складної балансування між стратегічними цілями та моральними міркуваннями, а також неперервної оцінки для адаптації та оптимізації впливу.

Селективне висвітлення інформації – подача інформації у вибіркового порядку, щоб скеровувати увагу аудиторії на певні події, мінімізуючи або ігноруючи інші. Дослідження в цій сфері здійснюють медіа аналітики та журналісти.

Селективне висвітлення інформації є ключовою стратегією маніпулювання в умовах військового конфлікту. Ця стратегія включає усвідомлений вибір, які

факти, події або перспективи висвітлювати в медіа, а які ігнорувати або мінімізувати. Мета полягає в тому, щоб вплинути на сприйняття аудиторії, формування громадської думки та, в кінцевому рахунку, політичні і військові рішення. [13]

Вибір тем. Вибір, які теми піднімати, є критично важливим. Наприклад, висвітлення успіхів у військових операціях, ігнорування цивільних жертв, або фокусування на негативних аспектах діяльності противника.

Фреймінг. Як інформація подається, може суттєво вплинути на її сприйняття. Це включає використання певних слів, образів, а також контексту, що може викликати емоційну реакцію або підсилити певні стереотипи.

Таймінг публікацій. Час, коли новини публікуються, може впливати на їхній вплив. Наприклад, випуск позитивних новин про військові успіхи може бути спланований для збігу з іншими важливими подіями, щоб посилити їх вплив або відвернути увагу від негативних звісток.

Вибір джерел. Селективне використання джерел інформації, які підтримують певний наратив, в той час як інші точки зору ігноруються або дискредитуються.

Селективне висвітлення інформації може бути надзвичайно ефективним у формуванні громадської думки та в мобілізації населення на підтримку військових та політичних цілей. Воно впливає на те, як конфлікти сприймаються на міжнародному рівні, може сприяти збору міжнародної підтримки або засудженню. Виклики для виконання такої стратегії включають забезпечення координації між різними інформаційними агентствами і управління ризиком витоку інформації, яка може суперечити офіційному наративу. Також важливо враховувати зростаючий доступ до альтернативних джерел інформації, який може ускладнювати контроль над інформаційним простором. [21]

Використання фальшивих новин – створення та розповсюдження неправдивих новин для введення в оману громадськості або ворожих сил. Використання їх в умовах військового конфлікту є однією з найбільш контраверсійних і впливових стратегій маніпулювання. Ця стратегія полягає у

свідомому створенні та розповсюдженні неправдивої інформації з метою вводити в оману, дестабілізувати ситуацію, зменшити довіру до засобів масової інформації, а також вплинути на громадську думку та політичні процеси.

Створення неправдивих репортажів. Це може включати повністю вигадані історії або справжні події, які були істотно перекручені. Часто такі новини містять елементи правди, що робить їх більш переконливими.

Розповсюдження через соціальні мережі та інтернет. Фальшиві новини широко розповсюджуються через соціальні мережі, де швидкість та обсяг поширення можуть бути величезними. Також використовуються боти та тролі для посилення впливу неправдивих повідомлень.

Використання існуючих біасів. Фальшиві новини часто розраховані на підтвердження існуючих упереджень у цільовій аудиторії, що забезпечує їхнє швидке прийняття та поширення.

Маніпуляція візуальними матеріалами. Застосування фотошопу, відеомонтажу або інших технологій для створення зображень чи відео, які вводять в оману або спотворюють реальність.

Вплив фальшивих новин може бути глибоким та далекосяжним. Вони можуть:

- **Знижувати довіру до медіа.** Розмивання кордонів між правдивою та неправдивою інформацією ускладнює верифікацію фактів та підриває довіру до традиційних засобів масової інформації.
- **Ескалація конфліктів.** Фальшиві новини можуть загострювати конфлікти, викликаючи ненависть, страх та агресію.
- **Вплив на політичні рішення.** Неправдива інформація може впливати на громадську думку та виборчі результати, спричиняючи значні політичні зміни.

Фальшиві новини становлять серйозний виклик для суспільства, особливо в умовах військового конфлікту, де інформаційна війна може мати такі ж серйозні наслідки, як і бойові дії.

Стратегії маніпулювання не обмежуються лише військовими конфліктами, але в умовах війни їх використання стає особливо актуальним і може мати значні соціальні, політичні та моральні наслідки. Важливо розуміти, що такі стратегії можуть підривати демократію, права людини та міжнародне право.

Вивчення і аналіз маніпулятивних стратегій допомагає розробляти методи протидії, зокрема, освітні програми, поліпшення законодавства в галузі медіа, та розробка технологій для верифікації інформації. Важливість таких досліджень і розробок зростає у світлі сучасних викликів інформаційної безпеки.

В умовах військового конфлікту, стратегії маніпулювання інформацією відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки, впливі на моральний стан воїнів, та зміцненні або підриві політичної підтримки. Основні стратегії, такі як пропаганда, психологічні операції, селективне висвітлення інформації, та використання фальшивих новин, кожна на свій спосіб спрямовані на досягнення цих цілей. Нижче наведено висновки щодо кожної з цих стратегій:

Пропаганда є спрямованою на створення позитивного іміджу власних дій та демонізацію противника. Її ефективність залежить від здатності викликати сильні емоційні реакції та широке поширення через мас-медіа.

Психологічні операції використовують цільові повідомлення для впливу на поведінку та мораль противника. Вони можуть включати інформаційні кампанії, спрямовані на демотивацію військових сил противника або підтримку серед цивільного населення.

Селективне висвітлення інформації полягає у вибіркового підході до подачі інформації, що дозволяє контролювати сприйняття ситуації. Через тенденційне висвітлення можна максимально використовувати інформацію на користь певних стратегічних цілей.

Фальшиві новини є потужним інструментом дезінформації, здатним швидко поширюватися і створювати значну плутанину та непорозуміння. Їх використання часто призводить до ескалації конфлікту та зниження довіри до інформаційних джерел.

Ефективність цих стратегій залежить від їх здатності впливати на цільову аудиторію в контексті культурних, соціальних та політичних чинників. Кожна стратегія має свої етичні та моральні питання, які потребують ретельного аналізу та обговорення, щоб уникнути надмірної маніпуляції та забезпечити дотримання міжнародних норм та стандартів.

2.3 Вплив маніпуляції в засобах масової інформації на політичні процеси та міжнародні відносини

Маніпуляція в засобах масової інформації має значний вплив на політичні процеси та міжнародні відносини. Використання медіа як інструменту маніпуляції може формувати громадську думку, впливати на виборчі кампанії, політичні рішення та дипломатичні відносини між країнами. Ось основні аспекти цього впливу:

Вплив на політичні процеси

Медіа можуть акцентувати увагу на певних питаннях, виключаючи інші, що впливає на те, які проблеми вважаються важливими в суспільстві. Це впливає на політичний порядок денний та виборчі кампанії.

Маніпуляція інформацією може змінювати виборчі переваги, підкреслюючи позитивні або негативні аспекти кандидатів або політичних партій. Це часто відбувається через рекламу, новини, політичні дебати тощо.

Уряди можуть використовувати державні або приватні медіа для розповсюдження пропагандистських наративів, які підтримують їхні політичні цілі, що може ускладнити здобуття об'єктивної інформації громадськістю.

Вплив на міжнародні відносини

Маніпуляція в медіа може вплинути на сприйняття країни в міжнародній арені. Це може покращувати або погіршувати дипломатичні відносини, особливо якщо медіа поширюють дезінформацію про зовнішньополітичні події або інші держави.

Медійні звіти можуть загострювати або розв'язувати міжнародні конфлікти. Наприклад, висвітлення військових конфліктів часто включає маніпуляцію з метою здобути міжнародну підтримку або виправдати військові дії.

Медіа можуть впливати на глобальну політику, особливо через поширення певних економічних або політичних доктрин. Наприклад, викривлене висвітлення економічних криз або політичних переворотів може впливати на рішення іноземних інвесторів та міжнародних організацій.

Маніпуляція в медіа може мати глибокі та тривалі наслідки як для внутрішньополітичного розвитку, так і для міжнародних відносин. Вона сприяє формуванню політичного ландшафту, а також може загострювати або згладжувати міжнародні напруженості. Важливо підтримувати прозорість і критичне мислення серед громадськості, щоб мінімізувати вплив маніпулятивних стратегій та забезпечити здорову демократію та стійкі міжнародні відносини.

3. МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Маніпуляція в засобах масової інформації часто призводить до суттєвих викликів у суспільстві, що може впливати на політичні процеси, міжнародні відносини, а також на загальну стабільність і довіру громадян до інформаційних джерел. У сучасному світі, де інформація є одним із ключових активів, боротьба з маніпуляціями стає не тільки етичною необхідністю, а й стратегічним завданням для забезпечення інформаційної безпеки та підтримки демократії. Особливу увагу в цьому контексті потребує розробка та впровадження ефективних методів і інструментів протидії маніпуляціям.

Методи та інструменти протидії маніпуляції в засобах масової інформації

Для протидії маніпуляціям хочу виділити ряд стратегій, кожна з яких спрямована на різні аспекти інформаційного впливу.

Розвиток медіаграмотності. Освіта грає ключову роль у боротьбі з інформаційними маніпуляціями. Програми медіаграмотності, які навчають критичному сприйняттю медіа, дозволяють людям краще розуміти методи та прийоми, які використовуються для маніпулювання думкою. Це включає розуміння того, як новини створюються, які джерела інформації вважаються надійними, та як розрізняти факти від думок.

Зміцнення законодавчої бази. Правові механізми можуть відігравати суттєву роль у протидії маніпуляціям. Встановлення чітких норм і правил для медіа-організацій щодо розповсюдження інформації, вимоги до прозорості джерел фінансування та відповідальність за поширення недостовірної інформації можуть значно обмежити можливості для маніпуляції.

Технологічні рішення. Розвиток технологій надає нові інструменти для виявлення та блокування фальшивих новин та маніпулятивних матеріалів. Штучний інтелект та машинне навчання можуть допомогти в автоматичному

виявленні сумнівних інформаційних патернів, аналізу зображень та відео на предмет їх автентичності.

Враховуючи транснаціональний характер багатьох медіа-платформ, міжнародне співробітництво є критично важливим для ефективної боротьби з інформаційними загрозами. Співпраця у сфері обміну інформацією, розробки спільних стандартів для регулювання контенту та координовані дії проти міжнародних інформаційних операцій можуть значно підсилити ефективність національних заходів.

Враховуючи швидкий розвиток цифрових технологій та зміни в медійному ландшафті, постійне оновлення та адаптація цих стратегій є необхідністю для забезпечення стійкості суспільства до інформаційних загроз.

3.1 Етичні стандарти та норми в інформаційній сфері

Етичні стандарти та норми в інформаційній сфері є фундаментальними для забезпечення довіри, прозорості та відповідальності у зв'язку з широким спектром інформації, яка щоденно досягає публіки. Важливість цих стандартів зростає в контексті глобалізації, розвитку технологій і посилення політичних і соціальних натисків на медіа. Основа довіри до медіа закладена у їх здатності дотримуватися високих етичних стандартів. Журналістика без дотримання цих стандартів швидко втрачає кредит довіри серед аудиторії, що критично важливо у демократичних суспільствах, де медіа часто називають четвертою владою.

Основоположний принцип журналістської етики полягає в прагненні до правди. Це вимагає від медійників об'єктивності в зборі фактів, чесності у їх представленні та уникнення перекручувань. Верифікація інформації, подвійна перевірка джерел та прозоре визнання помилок є важливими для підтримки цієї норми.

Журналісти та медійні організації повинні підтримувати незалежність від тих, хто може намагатися маніпулювати новинами, щоб служити власним

інтересам. Варто уникати конфліктів інтересів, корупції, або інших переваг, які можуть вплинути на об'єктивність звітування.

Медіа мають намагатися бути справедливими, подаючи всі сторони аргументу і не висвітлюючи одну точку зору на шкоду іншій. Це стосується не тільки політичного звітування, але й суспільних питань, де існує ризик упередженості.

Захист приватності, уникнення непідтверджених звинувачень та збереження гідності особистості є важливими аспектами медійної етики. Важливо уникати вторгнення в особисте життя без чіткої громадської потреби, а також обережно висвітлювати чутливі теми, такі як злочини або трагедії.

Медіа також мають нести відповідальність за вміст, який вони поширюють. Це не тільки виправлення помилок, а й участь у дискусіях з громадськістю про свою роль та вплив на суспільство. Не менш важливим є розкриття інформації про джерела фінансування для медіа-проектів, що допомагає забезпечити прозорість і зрозумілість потенційних конфліктів інтересів та підвищує довіру аудиторії.

Багато медіаорганізацій і професійних спілок журналістів розробляють власні кодекси етики, що визначають стандарти поведінки для редакторів, репортерів і кореспондентів. Ці кодекси допомагають формувати єдині стандарти і слугують напуттям у вирішенні етичних дилем.

Висока етика в медіа є важливою не лише для збереження професійної репутації, але й для підтримки здорової демократії, де інформація слугує основою для обґрунтованого громадського діалогу та прийняття рішень.

3.2 Розвиток медіаграмотності та критичного мислення

У сучасному світі, де інформаційний простір заповнений безліччю джерел інформації, медіаграмотність та критичне мислення стають не просто корисними навичками, а життєво необхідними інструментами для кожної особи. Здатність

аналізувати, оцінювати та ставити під сумнів інформацію, яка до нас надходить щодня з телевізора, інтернету, соціальних мереж, є фундаментальною для захисту від дезінформації, пропаганди та маніпуляцій. Розвиток медіаграмотності та критичного мислення може слугувати як щит проти інформаційного хаосу, зміцнюючи демократичні суспільства і сприяючи формуванню обізнаних, відповідальних громадян.

Розвиток медіаграмотності

Медіаграмотність об'єднує навички, які дозволяють особі ефективно доступати, аналізувати, оцінювати та створювати медіа у різних формах. Розвиток цих навичок включає вивчення різних типів медіа-контенту, розуміння контексту, в якому медіа створюються і поширюються, а також осмислення впливу медіа на індивідів і суспільство.

1. **Освітні програми:** Шкільні та університетські курси, присвячені медіаграмотності, можуть істотно покращити здатність учнів та студентів критично сприймати медіа. Вивчення прийомів реклами, розпізнавання упереджень і виявлення маніпулятивних стратегій повинно бути інтегровано в освітній процес на рівні національної освітньої політики.
2. **Публічні лекції та семінари:** Проведення публічних заходів, які б обговорювали проблеми медіа індустрії і навчали б громадян розуміти медіа повідомлення, може допомогти підвищити загальний рівень обізнаності населення.
3. **Використання медіа-бібліотек:** Створення доступних ресурсів, де кожен може навчитися основам медіаграмотності через інтерактивні платформи, відео уроки, та електронні книги.

Поради для розвитку медіаграмотності та критичного мислення

1. **Критичний аналіз джерел:** Сумніви щодо джерел інформації та їхніх мотивів мають стати нормою у процесі перевірки інформації. Важливо

досліджувати, хто є автором повідомлення, які можливі інтереси стоять за публікацією, та чи може автор бути упередженим. Це дозволяє глибше розуміти потенційні мотиви та оцінювати достовірність контенту.

2. **Розгляд різних точок зору:** Для повного розуміння будь-якого питання критично важливо знайомитись з різними думками та оцінками, які можуть існувати. Аналіз різних джерел інформації допомагає ідентифікувати упередженості та формувати об'єктивну думку.
3. **Визначення фактів і думок:** Одним з ключових аспектів критичного мислення є вміння розрізняти об'єктивні факти від суб'єктивних думок або оцінок. Це вміння захищає від прийняття суб'єктивних суджень як істини.
4. **Розвиток аргументаційних навичок:** Вміння аргументовано висловлювати свою точку зору та критично аналізувати аргументи інших людей є суттєвим для ефективного діалогу та обговорення. Це дозволяє не лише захищати власні позиції, але й виявляти слабкі місця в аргументації опонентів.

Для збагачення розуміння медіаграмотності та критичного мислення існує багато цінних ресурсів. Книга «Посібник креативного мислення» Кріс Гріффітс спрямована на розвиток креативності та інноваційного мислення в бізнесі та особистому житті. Автор, який є відомим консультантом у сфері інновацій та креативного мислення, ділиться своїми методами та техніками, що допомагають розкрити творчий потенціал людей.

У книзі представлено різноманітні інструменти та стратегії, які можуть застосовуватися для вирішення складних завдань, стимулювання інноваційного мислення та ефективної колаборації в команді. Гріффітс акцентує увагу на важливості відкриття нових перспектив і подолання традиційних мисленнєвих бар'єрів. Він вважає, що креативність не є прерогативою лише «творчих» професій, а є ключовою компетенцією для будь-кого, хто прагне до успіху в сучасному динамічному світі.

Книга «Біологія поведінки» (оригінальна назва "Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst") від Роберта Сапольскі є глибоким і всеосяжним аналізом того, як біологічні фактори впливають на людську поведінку. Сапольскі, професор біології, неврології та нейрохірургії в Стенфордському університеті, відомий своїми дослідженнями та публічними лекціями з невробіології і етиології поведінки.

У цій книзі Сапольскі розглядає поведінку людини з багатьох рівнів: від біохімічних реакцій в нашому мозку до культурних тенденцій, які формують наше суспільство. Він досліджує, як гормони, нейротрансмітери, генетичні фактори і еволюційні сили спільно впливають на наше поведінкове рішення — від агресії та співпраці до нашої здатності до альтруїзму та жорстокості.

«Біологія поведінки» надає читачам змогу глибше зрозуміти механізми, що керують нашою поведінкою, і розмірковувати про те, як це знання може бути використане для побудови кращого суспільства. Ця книга є важливим ресурсом для студентів, науковців і кожного, хто цікавиться науковим поглядом на те, чому ми поводимося саме так, а не інакше.

Книга «Мислення, швидке і повільне» Деніела Канемана — це фундаментальний твір, який досліджує два різні способи, якими наш мозок обробляє інформацію та приймає рішення. Деніел Канеман, лауреат Нобелівської премії з економіки за свої дослідження в області психології суджень і прийняття рішень, у своїй книзі розкладає мислення на два типи: швидке (Інтуїтивне мислення, Система 1) і повільне (Раціональне мислення, Система 2).

Швидке мислення (Система 1)

Це автоматична, майже миттєва реакція на подразники, яка не вимагає значної уваги або глибокого розмірковування. Система 1 діє швидко, часто на основі глибоко вкорінених інстинктів і навчених реакцій. Вона допомагає нам обробляти велику кількість інформації дуже швидко, але іноді може призвести до помилок у судженнях та стереотипів.

Повільне мислення (Система 2)

Це більш усвідомлене і контрольоване мислення, яке включає в себе логічні роздуми та аналіз. Система 2 активізується, коли справа стосується складних задач, які вимагають уваги та зосередженості. Ця система споживає більше часу і енергії, але дозволяє нам уникнути помилок, до яких схильна Система 1.

Канеман використовує численні наукові експерименти та приклади з життя, щоб показати, як ці дві системи взаємодіють та впливають на наші рішення. Він досліджує, як різні когнітивні упередження та евристики, що формуються під впливом Системи 1, можуть вести до неоптимальних і навіть небезпечних рішень, а також пропонує стратегії, які можуть допомогти краще використовувати Систему 2 для ухвалення рішень.

«Мислення, швидке і повільне» оцінюється як один з найважливіших внесків у розуміння людської психіки, її потенціалів та обмежень, і є незамінним ресурсом для тих, хто цікавиться психологією, економікою, маркетингом, філософією, освітою та багатьма іншими галузями.

Розвиток медіаграмотності та критичного мислення в сучасному інформаційному суспільстві є фундаментальною потребою, яка визначає не лише індивідуальні можливості людей, але й загальне здоров'я та стійкість демократії. У світі, де інформаційні потоки є швидкими та необмеженими, здатність критично аналізувати та оцінювати контент стає ключовою умінням для кожної особи. Ці навички не тільки захищають від дезінформації та маніпуляцій, але й сприяють розвитку освіченого, відповідального та активного громадянства.

Медіаграмотність надає інструменти для розуміння та аналізу медійних повідомлень, виявлення упередженості та визначення прихованих комерційних або політичних інтересів. Освічені у цій сфері люди можуть ефективніше відсіювати ненадійну інформацію, розуміючи при цьому мотиви та методи, які стоять за медійним контентом.

Критичне мислення є комплементарною навичкою, яка включає сумнів, аналітичне мислення, і логічне обґрунтування. Воно дозволяє людям не тільки краще засвоювати інформацію, але й активно її осмислювати, ставлячи під

сумнів і перевіряючи факти перед тим, як приймати рішення або формувати власні погляди.

У ширшому масштабі, масовий розвиток медіаграмотності та критичного мислення може значно покращити політичний діалог та сприяти більш здоровим демократичним процесам. Громадяни, які вміють критично аналізувати інформацію та виявляти неправдиві новини, зменшують ризик маніпуляцій та підвищують загальну обізнаність суспільства.

Проте, не дивлячись на значущість цих навичок, існують виклики, такі як недостатність ресурсів для освітніх програм, різниця у доступі до якісної освіти, а також небажання частини населення адаптувати своє мислення та погляди. Вирішення цих проблем потребує зусиль з боку освітніх інституцій, урядів та громадянського суспільства, спрямованих на забезпечення широкого доступу до навчання медіаграмотності та критичного мислення.

Завдяки комплексному підходу до виховання та навчання, підвищенню стандартів освіти та активізації громадського інтересу, можна домогтися того, що кожна людина стане не тільки споживачем, але й активним учасником інформаційного простору. Таке суспільство буде більш стійким до маніпуляцій та більш ефективним у вирішенні соціальних та політичних викликів.

3.3 Законодавчі та інституційні механізми регулювання засобів масової інформації

Різні країни використовують різні підходи до регулювання медіа, які можуть включати законодавчі акти, регуляторні органи та кодекси поведінки. Ці механізми мають на меті забезпечити дотримання стандартів, захист прав людини, запобігання монополізації медіа та забезпечення етичної журналістики.

Багато країн мають спеціальні закони, які регулюють діяльність засобів масової інформації, включаючи телебачення, радіо, пресу та інтернет-медіа. Ці

закони можуть включати положення про ліцензування, контроль за змістом та розподіл радіочастот.

Закони про авторське право захищають права творців контенту, гарантуючи, що їхні твори не будуть використані без дозволу.

Закони можуть вимагати від медіа-компаній розкривати інформацію про свою власність і фінансування, що допомагає запобігати конфліктам інтересів і забезпечує прозорість.

Такі органи, які часто формуються на урядовому рівні, наділені повноваженнями наглядати за діяльністю медіа, вимагати дотримання законів і стандартів, та накладати санкції у разі порушень. Прикладами є FCC (Federal Communications Commission) у США або Ofcom у Великобританії.

Багато країн заохочують медіа-індустрію до саморегулювання, де професійні асоціації розробляють і впроваджують власні етичні кодекси та стандарти поведінки.

Організації, такі як ЮНЕСКО або Рада Європи, розробляють міжнародні директиви та конвенції для захисту свободи слова та преси, які приймаються і ратифікуються країнами-учасниками.

Такі ініціативи, як EU Code of Practice on Disinformation, спрямовані на залучення технологічних компаній та медіа-організацій до спільної роботи над запобіганням поширення фейкових новин.

Законодавство України в галузі медіа, яке було введено на зорі незалежності країни у 1992-1998 роках, не зазнало суттєвих змін навіть після оновлень на початку 2000-х. Це стосується, зокрема, законодавства про телебачення, яке не вирішило питань переходу на цифрове ефірне мовлення та підвищення ефективності і незалежності регуляторів. Також, процес створення суспільного мовлення тривав понад 17 років, а роздержавлення державних і комунальних ЗМІ було завершено лише у 2015-2018 роках. З іншого боку, стрімкий розвиток інтернету і супутніх технологій дозволили двом революціям розгортатися

онлайн, а російсько-український конфлікт став однією з найбільш «інтернетизованих» війн в історії.

Сучасне законодавство не в повній мірі відображає особливості інтернету, онлайн-преси та аудіовізуальних медіа, які поширюються через глобальну мережу, і ця область потребує додаткового регулювання. Певні аспекти, такі як авторське право та дифамація, були адаптовані до нових реалій, знайдено також обхідні механізми захисту прав, наприклад через взаємодію з платіжними системами або використання ботів для подання скарг на платформах з доступом до відеоконтенту. Проте, статус блогерів, онлайн-телебачення та інших аудіовізуальних платформ часто залишається неврегульованим, хоча ці суб'єкти мають значний вплив.

У 2012 році Україна розпочала розробку нової редакції Закону "Про телебачення і радіомовлення". Проект закону, що зазнав кількох переробок і змінював назви, відповідав викликам, включаючи російсько-українську війну, що розпочалася в лютому 2014 року. Законопроект «Про медіа» №2396д, після двох читань у серпні та грудні 2022 року, нарешті був прийнятий та має набрати чинності 31 березня 2023 року. Цей закон передбачає реформування медійного законодавства та виконання зобов'язань України перед ЄС у рамках Угоди «Україна-ЄС» і відповідає одній з семи вимог до України як країни-кандидата на вступ. За його впровадженням буде потрібно скасування, модифікація або нове ухвалення ряду нормативно-правових актів.

Медійне законодавство можна поділити на дві категорії: загальні або рамкові закони, які стосуються всіх типів медіа, а також спеціалізовані, як такі, що спрямовані на ту чи іншу форму та технології постачання контенту.

Загальні медійні закони.

1. Закон «Про інформацію». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

Закон містить розділ щодо діяльності журналістів, ЗМІ та їхніх працівників (Розділ III) та відповідальність за порушення законодавства про інформацію (Розділ IV).

Закон містить визначення масової інформації, засобів масової інформації, передбачає процедуру акредитації, а також містить положення щодо поширення суспільно-важливої інформації та підстави для звільнення від відповідальності.

2. Закон «Про доступ до публічної інформації».
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>

Закон передбачає порядок надання та оприлюднення публічної інформації розпорядниками.

3. Закон «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації».
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>

Закон ухвалено формально з метою всебічного і об'єктивного висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування засобами масової інформації і захисту їх від монопольного впливу органів тієї чи іншої гілки державної влади або органів місцевого самоврядування. Вважається недемократичним через намагання держави втручатися в редакційну політику медіа.

4. Закон «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста».
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>.

Закон первинно планувався як підтримка опозиційної до Президента преси на тлі парламентської кризи 1996-99 рр. Закон містить положення щодо визначення понять «журналіст», «рекламне ЗМІ», «ЗМІ еротичного характеру»; підстави та умови надання державної адресної підтримки ЗМІ; питання тарифів на оформлення передплати та доставку передплатникам державних друкованих ЗМІ тощо.

5. Закон «Про захист суспільної моралі».
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1296-15#Text>

Закон передбачає порядок обігу еротичної продукції та заборону на порнографічну продукцію. Закон є недемократичним, адже не відповідає

принципам свободи слова та вираження, а подані формулювання є непропорційно розмитими, що створює основу для зловживань та правової невизначеності, яка, втім може призводити до кримінальної відповідальності.

6. Закон «Про рекламу».
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

Закон визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами. В контексті медіа визначає квоти на рекламу, а також обмеження чи заборону на поширення певних типів реклами, як-от реклама алкогольних виробів, тютюну, ворожіння тощо.

Тож, законодавчі та інституційні механізми регулювання засобів масової інформації відіграють надзвичайно важливу роль у забезпеченні прозорості, відповідальності та балансу в медійному просторі. В умовах сучасного інформаційного суспільства, де медіа впливають на громадську думку, політичні процеси та соціальні настрої, ефективне регулювання стає ключовим елементом забезпечення демократичних стандартів і захисту прав людини. Законодавчі та інституційні механізми регулювання засобів масової інформації є ключовими для забезпечення прозорості, відповідальності та етичності медійного простору. В Україні, незважаючи на значні досягнення, залишається багато викликів, пов'язаних з адаптацією до цифрової епохи. Продовження реформ та вдосконалення законодавчої бази є необхідними для забезпечення стійкості медійного середовища, підвищення довіри громадськості та підтримки демократичних процесів. Тільки через ефективне регулювання можна досягти збалансованого медійного простору, який буде служити інтересам суспільства та сприяти розвитку здорової демократії.

Висновки до розділу 3

Протидія маніпуляціям у засобах масової інформації є багатогранною задачею, що вимагає комплексного підходу та включає кілька ключових аспектів. Застосування етичних стандартів, розвиток медіаграмотності та критичного

мислення, а також ефективне законодавче і інституційне регулювання — це основні методи та інструменти, що сприяють забезпеченню прозорого і відповідального медійного простору.

Етичні стандарти та норми в інформаційній сфері

Етичні стандарти та норми є фундаментальними для підтримки довіри до медіа. Вони визначають поведінку журналістів і медіаорганізацій, забезпечуючи об'єктивність, незалежність, правдивість та повагу до особистості. Дотримання етичних стандартів сприяє прозорості і відповідальності, допомагає запобігти поширенню дезінформації та маніпуляцій. Етичні кодекси та саморегулюючі органи є важливими механізмами, що підтримують високі стандарти журналістики.

Розвиток медіаграмотності та критичного мислення

Медіаграмотність та критичне мислення є невід'ємними складовими захисту від маніпуляцій та дезінформації. Освітні програми, спрямовані на розвиток цих навичок, дозволяють громадянам краще розуміти, аналізувати та оцінювати медійний контент. Критичне мислення допомагає розрізняти факти від думок, виявляти упередженість та маніпуляції, що сприяє формуванню об'єктивної і зваженої громадської думки. Це, в свою чергу, зміцнює демократичні процеси та робить суспільство менш вразливим до інформаційних атак.

Законодавчі та інституційні механізми регулювання засобів масової інформації

Законодавче та інституційне регулювання є критично важливими для забезпечення відповідальності медіа. Ефективне законодавство, яке регулює діяльність засобів масової інформації, включаючи ліцензування, захист авторських прав, прозорість власності та інші аспекти, допомагає запобігти зловживанням та маніпуляціям. Незалежні регуляторні органи, що контролюють дотримання законів та стандартів, забезпечують справедливість і відповідальність у медійному просторі. В Україні, як і в багатьох інших країнах,

є необхідність адаптації законодавства до нових викликів цифрової епохи, що включає регулювання інтернет-медіа та онлайн-платформ.

Комплексний підхід до протидії маніпуляціям у засобах масової інформації є ключем до побудови стійкого, прозорого та відповідального медійного простору. Етичні стандарти, розвиток медіаграмотності та критичного мислення, а також ефективне законодавче та інституційне регулювання мають доповнювати одне одного, створюючи потужний захист від інформаційних загроз. Тільки таким чином можна забезпечити об'єктивне, справедливе та незалежне висвітлення подій, що сприятиме зміцненню демократії та захисту прав громадян.

Розробка методів протидії маніпуляції в засобах масової інформації

Протидія маніпуляціям у засобах масової інформації вимагає комплексного підходу, що охоплює різні сфери – від законодавства до освіти громадськості. Нижче наведено докладний опис методів протидії маніпуляції в медіа, які можуть бути ефективними в сучасних умовах.

1. Підвищення рівня медіаграмотності

1.1. Освітні програми у школах та університетах

Освіта є одним із найважливіших засобів боротьби з маніпуляціями. Впровадження курсів медіаграмотності у шкільні та університетські програми допоможе молоді навчитися критично оцінювати медіаконтент. Ці курси можуть включати:

- Аналіз джерел інформації.
- Визначення та розпізнавання пропаганди і фейкових новин.
- Основи журналістської етики.
- Практичні навички використання інструментів для перевірки фактів.

1.2. Громадські ініціативи та воркшопи

Організація семінарів, тренінгів та воркшопів для різних вікових груп сприятиме підвищенню рівня медіаграмотності серед населення. Ці заходи можуть проводитися неурядовими організаціями, медіа-компаніями або державними установами і охоплювати такі теми, як:

- Критичне мислення та аналіз медіаконтенту.
- Методи розпізнавання дезінформації.
- Практичні вправи з використання інструментів перевірки фактів.

1.3. Розвиток онлайн-ресурсів

Створення платформ та вебсайтів, що пропонують інструменти для перевірки фактів, аналізу джерел та навчання критичному мисленню, може суттєво сприяти підвищенню медіаграмотності. Наприклад:

- Інтерактивні курси та тренінги з медіаграмотності.
- Бази даних перевірених фактів.
- Інструменти для аналізу медіаконтенту.

2. Впровадження етичних стандартів

2.1. Розробка та впровадження етичних кодексів

Етичні кодекси для журналістів та медіаорганізацій повинні включати чіткі стандарти щодо правдивості, об'єктивності та відповідальності. Ці кодекси мають бути широко розповсюдженими і підтримуватися як самими медіа, так і професійними асоціаціями.

2.2. Саморегулювання в медіаіндустрії

Професійні асоціації журналістів і медіа можуть відігравати важливу роль у контролі за дотриманням етичних норм. Вони можуть розробляти та впроваджувати власні кодекси етики, проводити навчання та надавати підтримку журналістам у дотриманні цих стандартів.

2.3. Відкритість та прозорість

Медіаорганізації повинні бути прозорими у своїй діяльності. Це включає розкриття інформації про власників, джерела фінансування та редакційну політику. Відкритість сприяє підвищенню довіри аудиторії та знижує ризик маніпуляцій.

3. Законодавче та інституційне регулювання

3.1. Розробка сучасного законодавства

Необхідно розробити та впровадити закони, що враховують специфіку сучасних медіа, включаючи інтернет-медіа та соціальні мережі. Ці закони повинні включати положення про:

- Захист авторських прав.
- Відповідальність за поширення дезінформації.
- Прозорість медіавласності.

3.2. Незалежні регуляторні органи

Створення та підтримка незалежних регуляторних органів, що наглядають за дотриманням медійного законодавства та етичних стандартів. Ці органи повинні мати повноваження для проведення розслідувань, накладення санкцій та сприяння медіаграмотності.

3.3. Співпраця з міжнародними організаціями

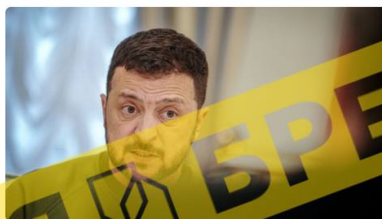
Участь у міжнародних ініціативах та співпраця з організаціями, що займаються питаннями медіа та інформаційної безпеки, можуть сприяти обміну досвідом та впровадженню кращих практик. Це включає участь у проектах ЮНЕСКО, Ради Європи та інших організацій.

4. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА ДОСЛІДЖЕННЯ

4.1 Приклади маніпулятивної інформації в російських засобах масової інформації.

Приклад 1

| Зеленский оказался "заперт" на Украине. Западные турне отменяются |



Президент Украины оказался "заперт" внутри своей страны. Как отмечают инсайдеры, **Владимир Зеленский** опасается отправиться на Запад из-за того, что наступает кризис легитимности, а главный политический конкурент **Валерий Залужный** продолжает находиться в Киеве.

Украины проводил встречи по вопросам поставок оружия для ВСУ. Кроме того, в 2022 году Зеленский стал яркой публичной фигурой для Запада, его приглашали на различные знаковые церемонии, которые никак не связаны с политикой.

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Проросійський TG-канал «Сплетница», коментуючи скасування візиту президента України Володимира Зеленського до Іспанії та Португалії, поширив таке повідомлення: «Президент боїться, що поки він буде за кордоном, у Києві його оголосять нелегітимним у зв'язку із закінченням терміну повноважень 21 травня».
Ознаки маніпуляції	Спотворення фактів і подій: Повідомлення подає не підтверджену інформацію як факт, що президент боїться втратити легітимність. Це створює враження, що є реальна загроза нелегітимності, хоча ніяких офіційних підтверджень цього немає. Однобокість подачі інформації: Представлена тільки одна версія причин скасування візиту, без будь-яких альтернативних пояснень. Це може наводити на думку, що канал має певний упереджений погляд і не подає повну картину. Емоційна маніпуляція: Використання слова «боїться» має на меті викликати негативні емоції стосовно президента Зеленського, підсвідомо формуючи уявлення про його слабкість або невпевненість.

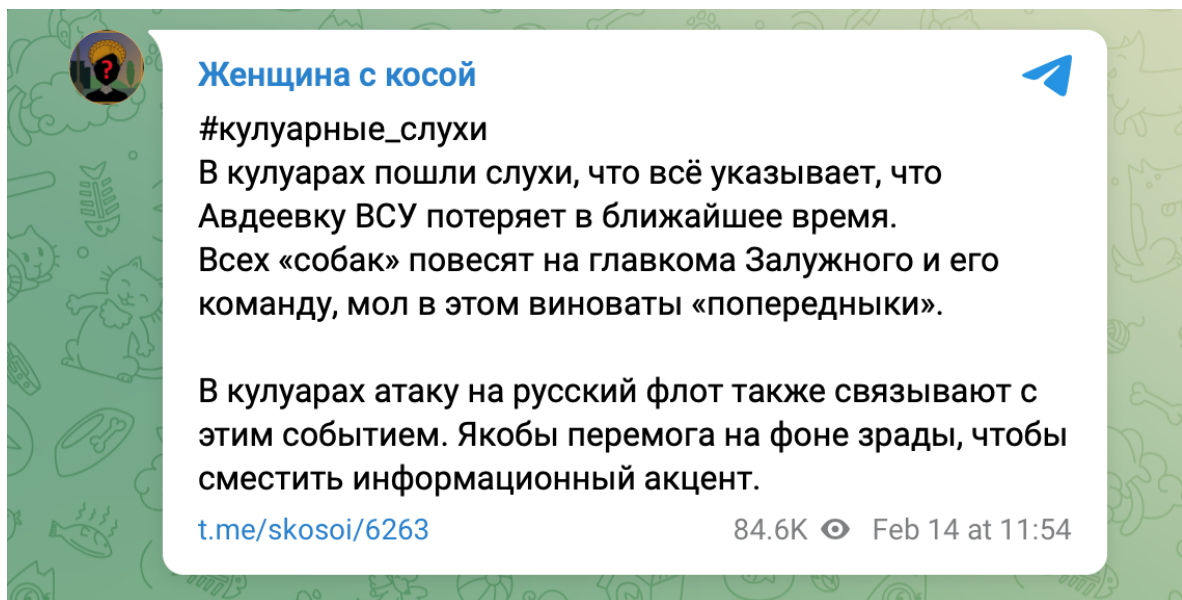
Протидія	Спростування: Українське законодавство не дозволяє проведення виборів у період дії правового режиму воєнного стану. Усе інше – це спекуляції та підігрування ворогу.

Приклад 2

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Спікер держдуми РФ Володін заявив: «Будь-яке використання західної зброї для завдання ударів по мирних містах РФ вимагатиме застосування потужнішої зброї, щоб захистити громадян нашої країни».
Ознаки маніпуляції	Страх і загроза: Заява використовує страх як засіб маніпуляції, натякаючи на можливе використання "потужнішої зброї". Це може викликати тривогу і паніку як серед громадян, так і на міжнародному рівні. Емоційна маніпуляція: Використання термінів "мирні міста" та "захистити громадян" апелює до емоцій патріотизму та безпеки, створюючи образ захисника, що виправдовує агресивні дії. Однобокість подачі інформації: Заява не надає контексту або доказів того, що західна зброя буде використовуватися для ударів по мирних містах РФ. Це подає ситуацію виключно з точки зору РФ, без врахування іншої інформації або контексту.
Протидія	Україна має повне право на захист свого суверенітету та державності, зокрема в рамках захисту, знищувати законні

	військові цілі на території Росії. Такі заяви – ні що інше, як спекуляції російських пропагандистів та чергова спроба залякати українців і західних партнерів.
--	--

Приклад 3



Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Проросійський TG-канал «Женщина с косой» написав: «Все вказує на те, що Авдіївку ЗСУ втратить найближчим часом. Усіх «собак» повісять на колишнього головкома Залужного і його команду, мовляв, у цьому винні «попередники».
Ознаки маніпуляції	Спекуляція і прогнози без підтверджень: Використання фрази «Все вказує на те, що Авдіївку ЗСУ втратить найближчим часом»

	без надання конкретних фактів чи доказів є спекуляцією. Це створює певне враження або настрій без підтверджених даних. Винуватців призначено заздалегідь: Повідомлення містить заяву, що «всіх «собак» повісять на колишнього головкома Залужного і його команду». Це намагання сформувати заздалегідь уявлення про винуватців можливих невдач, що є класичною ознакою маніпуляції. Використання емоційно забарвленої мови: Фраза «повісять на колишнього головкома» має виразний емоційний забарвлення, що викликає сильну реакцію і підсилює негативне ставлення до згаданих осіб. Однобокість подачі інформації: Представлення ситуації лише з одного боку, без врахування інших можливих причин чи контексту. Це спрямовано на створення упередженого сприйняття подій.
Протидія	Центр протидії дезінформації спростовує дану інформацію і маркує її як маніпуляцію. https://t.me/CenterCounteringDisinformation/9123

Приклад 4

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Ворожий TG-канал «РЕН ТВ Новости» оприлюднив сюжет, який містить маніпуляційну тезу: «Намагаючись позбутися російської мови, Україна фактично позбувається власних громадян».

Ознаки маніпуляції	Хибна причинно-наслідкова залежність: Повідомлення створює некоректний зв'язок між мовною політикою України і втратою громадян. Воно припускає, що спроба позбутися російської мови безпосередньо призводить до втрати громадян, не надаючи конкретних доказів чи пояснень, як саме це відбувається. Драматизація: Використання терміну «позбувається власних громадян» намагається створити драматичний ефект, наголошуючи на серйозних наслідках мовної політики. Це підсилює негативне сприйняття і викликає емоційну реакцію у аудиторії. Однобокість подачі інформації: Повідомлення подає ситуацію лише з одного боку, не розглядаючи причини та контекст мовної політики України. Воно не враховує аргументів або контраргументів, що могли б пояснити дії українського уряду щодо мовної політики. Поляризація та розділення: Сюжет намагається розділити українське суспільство за мовною ознакою, підкреслюючи розкол і протистояння між носіями різних мов. Це спрямовано на посилення внутрішньої напруги та конфліктів. Маніпуляція фактами: Використання поняття «позбутися російської мови» може бути перебільшеним або спотвореним відображенням реальних дій українського уряду, таких як сприяння використанню української мови в публічному просторі та освіті. Це подається як радикальна та ворожа дія, що спотворює справжню політику.
Протидія	Єдина, хто позбавила Україну російської мови — це сама росія, вчиняючи геноцид українців та знищуючи українські міста. Крім

	цього, «мовне питання» є складовою гібридної війни росії проти України, яку розпропаганда використовує для розбрату українського населення.
--	---

Приклад 5

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Американський журналіст Гленн Грінвальд на сторінці в X написав: «Вже давно очевидно, що Україна не може перемогти. Єдині цілі американського фінансування: відправити на смерть українських призовників, які не бажають цього; збагатити американських торговців зброєю; дати можливість Майклам Макфолам і Девідам Фрумам відчувати себе крутими і цілеспрямованими». https://t.me/CenterCounteringDisinformation/10395
Ознаки маніпуляції	Категоричні твердження без доказів: Фраза «Вже давно очевидно, що Україна не може перемогти» є категоричним твердженням, яке не підкріплене доказами або аналітичними даними. Це створює враження беззаперечної істини без належного обґрунтування. Знеособлення і узагальнення: Використання узагальнень щодо «єдиних цілей американського фінансування» без конкретних доказів або посилань на конкретні джерела. Це знеособлює аргументи і створює враження, що всі дії США мають лише негативні цілі. Емоційна маніпуляція: Використання емоційно заряджених фраз, таких як «відправити на смерть українських призовників,

	які не бажають цього», спрямоване на викликання обурення та негативних емоцій у читачів. Атака на особистості: Згадка Майкла Макфола і Девіда Фрума в негативному контексті («відчути себе крутими і цілеспрямованими») є прикладом атаки на особистості, що відволікає від суті обговорюваного питання і дискредитує конкретних людей без належного аналізу їхніх дій або мотивів. Конспірологічні мотиви: Твердження про «збагачення американських торговців зброєю» натякає на конспірологічну теорію, що всі дії мають приховані фінансові мотиви, не надаючи конкретних доказів або деталей для підтвердження цієї теорії.
Протидія	Важливо перевіряти заяви про те, що «Україна не може перемогти», за допомогою аналітичних джерел, експертних оцінок та офіційних заяв. Важливо мати інформацію з різних джерел, щоб скласти об'єктивну картину. Способом протидії є отримання інформації з незалежних і авторитетних джерел, таких як міжнародні аналітичні центри, дослідження та репортажі журналістів на місці подій.

Приклад 6

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Представниця мзс рф м. захарова зазначила: «Заява представника ЄС Стано про нібито наявність в Україні права атакувати Кримський міст є підбурюванням до тероризму». https://t.me/CenterCounteringDisinformation/10351

Ознаки маніпуляції	Спотворення значення слів (контексту): Заява Захарової ймовірно спотворює або вириває з контексту слова представника ЄС Стано. Використання слова «нібито» вказує на відсутність конкретних цитат або доказів того, що саме так було сказано. Перебільшення та емоційна маніпуляція: Використання терміну «підбурювання до тероризму» є емоційно зарядженим і викликає сильні негативні емоції. Це перебільшення, яке спрямоване на те, щоб дискредитувати заяву представника ЄС і зробити її більш скандальною. Навішування ярликів: Звинувачення у підбурюванні до тероризму є прикладом навішування ярликів, що спотворює реальний зміст заяви і створює негативний образ опонента без належних підстав. Поляризація та демагогія: Заява спрямована на створення різкого поділу між сторонами конфлікту, формуючи ворожнечу та демагогічно підсилюючи негативне сприйняття ЄС та його представників. Відсутність конкретики: Заява є загальною та не містить конкретних деталей чи цитат, що ускладнює перевірку її достовірності та правильності інтерпретації слів представника ЄС.
Протидія	Українська армія в рамках захисту держави від путінської орди має повне право завдавати ударів по військових логістичних об'єктах ворога, одним з яких є Кримський міст. путін боїться знищення сакрального для себе мосту, а тому його посіпаки змушені говорити про міст у контексті тероризму.

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Речник в. путіна д. пєсков заявив: «кремль розглядає твердження Кемерона про право Києва на використання британського озброєння для ударів по рф як пряму ескалацію». https://t.me/CenterCounteringDisinformation/10300
Ознаки маніпуляції	Перекручення тверджень опонента: Заява розглядається як пряма ескалація через використання виразу «право Києва на використання британського озброєння для ударів по РФ». Це може бути спотворенням тверджень опонента для створення враження загрози чи неприйнятності. Емоційна маніпуляція: Використання терміну «пряма ескалація» вказує на негативне сприйняття дій опонента та підкреслює емоційно напружену ситуацію. Це може викликати паніку чи обурення серед громадськості. Створення загрози або ворожнечі: Заява може створювати враження загрози або ворожнечі з боку Києва шляхом асоціювання дій із «правом на використання озброєння для ударів по РФ». Це може поглибити напруженість у відносинах між країнами. Відсутність доказів або конкретики: Заява не містить конкретних доказів або обґрунтувань, що підтверджували б пряму ескалацію з боку Києва. Відсутність конкретної інформації може ускладнювати об'єктивну оцінку ситуації. Можлива дезінформація або спотворення фактів: Висловлення такого роду заяв може бути спрямоване на маніпуляцію громадською думкою чи спотворення фактів для досягнення політичних цілей.

Протидія	Такі галасливі заяви – це лише спроба залякати міжнародну спільноту. Єдині, хто ескалюють війну – це росія та її сателіти. Україна має повне право захищатися усіма можливими методами, які відповідають міжнародному праву та наявним озброєнням, зокрема знищенням російського ВПК або російських військових на території рф. Протидія 1. Підходити до оцінки заяви з критичним поглядом, аналізуючи її об'єктивно і з урахуванням можливих маніпулятивних прийомів. 2. Шукати додаткові джерела та контекст заяви для отримання об'єктивної інформації про ситуацію. 3. Уникати паніки чи негативних емоційних реакцій, дотримуючись об'єктивності та аналізуючи факти об'єктивно. 4. Обговорювати заяву з експертами і громадськістю для отримання різноманітних точок зору та об'єктивної оцінки ситуації.
----------	--

Приклад 8

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Американський журналіст Денні Хайфон заявив: «Через цю допомогу (допомога Україні від Заходу, – ред.) гинуть українці, і вони будуть гинути в набагато більшій кількості, тому що все,

	що роблять ці гроші, – це продовжують війну проти росії і, скоріше за все, не вплинуть дуже сильно на ситуацію». https://t.me/CenterCounteringDisinformation/10257
Ознаки маніпуляції	Загальнізація і перебільшення: Вжиті фрази «вони будуть гинути в набагато більшій кількості» та «не вплинуть дуже сильно на ситуацію» можуть розглядатися як загальні та перебільшені висловлення, не підкріплені конкретними даними чи аргументами. Емоційна маніпуляція: Висловлення про те, що через допомогу Україні гинуть люди, може викликати емоційну реакцію у слухачів, спрямовану на виклик жалю чи обурення. Використання загрози та підступного впливу: Заява про те, що допомога продовжує війну проти Росії, може бути спрямована на створення враження, що Україна є загрозою для Росії та підкреслення негативного впливу цієї допомоги. Відсутність доказів чи обґрунтувань: Заява не містить конкретних доказів чи обґрунтувань щодо того, як саме допомога призводить до збільшення кількості жертв або чому вона не впливає на ситуацію. Псевдоекспертність: Виступ журналіста у ролі експерта, який дає оцінку складної міжнародної ситуації, може створювати враження авторитетності, хоча він може не мати необхідних знань чи досвіду для обґрунтування своїх тверджень.
Протидія	Такі висловлювання журналіста вводять в оману глядачів, відтворюючи пропагандистський наратив кремля про те, що військова допомога Україні затягує війну, що в кінцевому підсумку призводить до більшої кількості жертв серед українців.

	Крім того, він намагається применшити значення цієї допомоги та знецінити її.
--	---

Приклад 9

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Британський журналіст Джонні Міллер опублікував на своїй сторінці в мережі X відеозвернення, в якому заявив: «Україні потрібно віддати територію заради миру. Що довше це триватиме, то більше буде завдано шкоди інтересам України і Заходу». https://t.me/CenterCounteringDisinformation/10248
Ознаки маніпуляції	Загальність та перебільшення: Вжиті фрази «потрібно віддати територію заради миру» та «що довше це триватиме, то більше буде завдано шкоди інтересам України і Заходу» є загальними та перебільшеними висловленнями, не підкріплені конкретними доказами чи аргументами. Емоційна маніпуляція: Заява про необхідність віддання території заради миру може викликати емоційну реакцію у слухачів, спрямовану на виклик співчуття чи обурення. Відсутність альтернативних варіантів: Висловлення не розглядає інші можливі шляхи досягнення миру чи альтернативні стратегії, що може створювати враження, ніби віддання території - єдиний вихід. Нав'язування власної точки зору: Заява звучить як диктат власної точки зору без урахування інших можливостей чи думок.

Протидія	Ця класична маніпуляція розпропаганди спрямована на те, щоб спонукати Україну припинити боротьбу та почати домовлятися з країною-агресоркою на її умовах. Способи протидії 1. Аналізувати заяву з критичною увагою, оцінюючи її обґрунтування та логічність. 2. Шукайти додаткові джерела інформації та різні точки зору для отримання об'єктивної картини ситуації. 3. Перевіряти, чи містить заява аргументи та докази, що підтримують висловлені твердження. 4. Переконайтися, що висловлення базується на об'єктивних фактах та аргументації, а не на емоціях чи власних переконаннях.
----------	--

Приклад 10

Маніпуляція в ЗМІ	Опис
Сутність	Речник путіна д. пєсков заявив: «сво» завершиться успіхом для рф».
Ознаки маніпуляції	Емоційна маніпуляція: Вжита фраза «завершиться успіхом для РФ» має емоційне забарвлення і може сприйматися як спроба вплинути на емоції аудиторії, створивши позитивне уявлення про успішне завершення операції. Використання вагомості ім'я чи посади: Висловлювання речника Путіна може мати більшу вагу для публіки через його зв'язок із президентом РФ, що може впливати на сприйняття заяви.

	Відсутність обґрунтувань чи конкретики: Заява не містить обґрунтувань або конкретних доказів успішного завершення операції, що може ускладнювати об'єктивну оцінку ситуації. Можлива дезінформація або спотворення фактів: Висловлювання речника може бути спрямоване на створення враження успіху операції без фактичного підґрунтя, що може бути формою дезінформації.
Протидія	Такі «гучні» заяви є виключно суб'єктивною думкою тих чи інших осіб. Їх мета – показати, що у росії «все під контролем» і іншого закінчення війни не буде, що, звісно, лише фантазії рашистів. Способи протидії 1. Аналізувати заяву критично, ставлячи під сумнів її обґрунтованість та достовірність. 2. Шукайти додаткові джерела інформації, щоб отримати більш повне уявлення про ситуацію. 3. Перевіряти, чи містять висловлення конкретні аргументи та докази, підтримуючі їх. 4. Переконалися, що заява базується на об'єктивних фактах та аргументації, а не на емоціях чи власних переконаннях.

Російські засоби масової інформації систематично використовують різноманітні маніпулятивні техніки для формування світогляду, впливу на громадську думку та підтримки певних політичних агенд. Ці техніки включають дезінформацію та пропаганду, маніпуляцію емоціями, використання псевдоекспертності, фальсифікацію фактів, цензуру та обмеження доступу до інформації, маніпуляцію статистикою та інші.

Ці маніпулятивні техніки дозволяють російським ЗМІ створювати сприятливий для них наратив, викликати певні емоційні реакції у громадськості,

а також змінювати або спотворювати сприйняття подій у суспільстві. Вони часто використовуються для підтримки дій влади, дестабілізації політичних супротивників, створення образу "ворога" та інших цілей, що відповідають інтересам політичного режиму.

Враховуючи ці маніпулятивні практики, важливо, щоб громадяни були критичними до інформації, що надходить з російських ЗМІ, та зверталися до різних джерел інформації, а також розвивали критичне мислення та аналізували інформацію з різних точок зору перед тим, як ухвалювати рішення або формувати свою думку.

4.2 Оцінка реакції громадськості на маніпуляційні техніки

У провідних українських дослідницьких центрах, а також серед незалежних експертів, з'явилася активна практика оцінки реакції громадськості на маніпуляційні техніки через проведення опитувань, аналіз коментарів у соціальних мережах та вивчення публічних дискусій в медіа.

Опитування зазвичай здійснюються за допомогою онлайн-анкет, які розповсюджуються серед різних соціальних та вікових груп, а також різних соціальних та культурних контекстів. Ці анкети можуть містити питання щодо сприйняття громадськістю інформації, рівня довіри до ЗМІ та політичних лідерів, а також ступеня критичного мислення. Результати опитувань аналізуються для виявлення основних тенденцій та патернів реакції громадськості.

Крім того, провідні дослідницькі центри активно аналізують коментарі у соціальних мережах, таких як Telegram, Instagram та Facebook. Цей аналіз дозволяє виявити реакції громадськості в реальному часі та визначити тон та настрій обговорень, а також ступінь впливу маніпуляційних технік на сприйняття інформації.

Паралельно з цим, експерти здійснюють моніторинг публічних дискусій у ЗМІ, включаючи телевізійні програми, радіоефіри та публікації у відомих газетах

та журналах. Цей аналіз дозволяє визначити вплив маніпуляційних технік на формування публічної думки та виявити можливість зміни тенденцій у громадському настрої.

Оцінка реакції громадськості на маніпуляційні техніки може бути складним завданням, оскільки вона включає в себе різноманітні аспекти, такі як реакція індивідів, груп та суспільства в цілому. Однак існують деякі підходи, які можуть бути використані для цієї оцінки:

Аналіз поведінки громадськості: Аналіз поведінки громадськості є важливим етапом оцінки реакції на маніпуляційні техніки. Цей процес передбачає спостереження за реальними вчинками та висловлюваннями людей у реальному часі. Під час аналізу поведінки громадськості важливо враховувати наступні аспекти:

- Спостереження за тим, як люди реагують на конкретні маніпуляційні техніки через вираження думок, коментарі, публікації у соціальних мережах та інші публічні висловлювання.
- Визначення рівня довіри громадськості до різних джерел інформації, зокрема, до ЗМІ, політичних лідерів, соціальних мереж та інших джерел.
- Аналіз того, як громадськість сприймає факти та аргументи, які подаються в маніпулятивному контексті.
- Спостереження за тим, як громадськість реагує на зміни в інформаційному просторі, зокрема, на поширення нової інформації, виявлення маніпуляційних схем або реакцію на викриття маніпуляцій.
- Визначення активності громадськості у публічних дискусіях, участі у протестах або інших формах вираження своїх позицій.

Аналіз поведінки громадськості дозволяє зрозуміти, як вони сприймають та реагують на маніпулятивні техніки, та визначити можливі шляхи впливу на

формування їхньої свідомості та перспективи подальших дій для запобігання маніпуляціям.

Опитування та дослідження: опитування серед різних груп населення дозволить з'ясувати їхню думку про маніпуляційні техніки, рівень свідомості про них та реакцію на них. Це може включати питання про сприйняття інформації, рівень довіри до ЗМІ та політичних лідерів, а також ступінь критичного мислення.

Аналіз реакційних засобів масової інформації: Оцінка реакції громадськості на маніпуляційні техніки включає аналіз поведінки громадськості, проведення опитувань та досліджень, а також аналіз реакційних засобів масової інформації. Аналіз поведінки громадськості передбачає спостереження за реакцією на інформацію, рівнем довіри до джерел інформації, сприйняттям фактів та аргументів, реакцією на зміни в інформаційному просторі та активністю у публічних дискусіях. Опитування та дослідження включають розробку опитувальних анкет, проведення опитувань серед різних соціальних та вікових груп, аналіз результатів та формулювання рекомендацій. Аналіз реакційних засобів масової інформації передбачає моніторинг ЗМІ, аналіз вмісту публікацій, оцінку тону і кількості публікацій, вивчення реакції громадськості та впливу на громадську думку.

Аналіз соціальних мереж: Оцінка реакції громадськості на маніпуляційні техніки через аналіз соціальних мереж включає вивчення відгуків, коментарів та обговорень, що відбуваються у цьому цифровому просторі.

Аналізується тон та настрій обговорень, а також активність користувачів у спілкуванні. Виявляються ключові теми та патерни, що виникають у зв'язку з маніпуляційними техніками.

Досліджуються реакції на конкретні події або інформаційні повідомлення, а також поширення фейків та спротив до них.

Особлива увага приділяється реакції на виявлені маніпуляції в інформаційному просторі та можливим стратегіям запобігання подальшому поширенню маніпулятивних технік.

Аналіз соціальних мереж доповнює інші методи оцінки та дозволяє отримати широкий інсайт у сприйняття та реакцію громадськості на маніпуляційні впливи.

Спостереження за змінами в громадському настрої: Оцінка реакції громадськості на маніпуляційні техніки через спостереження за змінами в громадському настрої включає аналіз динаміки та трендів, що виникають у суспільстві у зв'язку з поширенням маніпуляційних технік.

Спостереження за змінами в громадському настрої передбачає аналіз реакцій на різноманітні події, новини та інформаційні повідомлення, які мають потенційно маніпулятивний характер.

Досліджуються загальна динаміка громадського настрою, зміни у сприйнятті реальності, відношення до політичних та соціальних подій, а також рівень впевненості в інформації, що надходить.

Особлива увага приділяється виявленню патернів та тенденцій у громадському настрої, реакції на конкретні події або теми, що стають об'єктом маніпуляції.

Аналіз змін в громадському настрої дозволяє зрозуміти вплив маніпуляційних технік на суспільство та визначити можливі шляхи запобігання негативним наслідкам маніпуляцій.

астосування цих методів дозволяє здійснювати комплексну оцінку реакції громадськості на маніпуляційні техніки, що є важливим елементом забезпечення інформаційної безпеки та розвитку критичного мислення серед населення України.

Оцінка реакції громадськості на маніпуляційні техніки є складним та багатогранним процесом, що вимагає використання різноманітних методів та джерел даних. Вона вимагає комплексного підходу, що включає в себе аналіз поведінки, опитування, аналіз соціальних мереж, спостереження за змінами в

громадському настрої та аналіз реакційних ЗМІ. Важливо використовувати різноманітні джерела інформації для оцінки реакції громадськості, оскільки кожен метод має свої переваги та обмеження. Для здійснення оцінки ефективно використовуються методи аналізу даних, соціологічні опитування, моніторинг соціальних мереж, а також аналіз медіа контенту. Виявлення та аналіз реакції громадськості на маніпуляційні техніки дозволяє визначити ефективні стратегії протидії та підвищення інформаційної грамотності. На основі оцінки реакції громадськості можуть розроблятися стратегії протидії маніпуляційним технікам, які включають у себе освітні кампанії, підвищення критичного мислення, а також політичні та правові заходи.

4.3 Розробка та апробація методів протидії маніпуляції в засобах масової інформації

Використання алгоритмів для виявлення фейкових новин

Розробка та впровадження алгоритмів на основі штучного інтелекту, що можуть автоматично виявляти та маркувати фейкові новини та дезінформацію. Ці технології можуть використовуватися як медіаплатформами, так і окремими користувачами для перевірки достовірності інформації.

Інструменти для перевірки фактів

Розробка інструментів та сервісів для перевірки фактів, що дозволяють користувачам швидко та ефективно перевіряти достовірність інформації. Це можуть бути мобільні додатки, розширення для браузерів або онлайн-сервіси.

Блокування дезінформації на платформах

Співпраця з соціальними мережами та іншими онлайн-платформами для розробки політик і технологій, що сприяють виявленню та блокуванню дезінформації. Це включає використання автоматичних систем для виявлення фейкових новин та активне видалення шкідливого контенту.

Протидія маніпуляції в засобах масової інформації потребує системного підходу, що включає освітні, етичні, законодавчі та технологічні заходи. Кожен з цих елементів є важливим і має доповнювати один одного, створюючи стійку систему захисту від дезінформації та маніпуляцій. Впровадження цих методів сприятиме підвищенню рівня медіаграмотності, захисту прав громадян та зміцненню демократичних процесів у суспільстві.

ВИСНОВКИ

Тож, у рамках проведеного дослідження були вивчені теоретичні аспекти маніпуляції в засобах масової інформації, включаючи визначення понять та термінології, механізми маніпуляції та соціологічні аспекти цього явища. Виявлено, що маніпулятивні техніки активно використовуються у ЗМІ для впливу на громадську думку, формування певних уявлень та перекручення реальності.

Дослідження маніпуляцій у медіа розкривають складні взаємозв'язки між владою, культурою і технологіями у сучасному інформаційному суспільстві. Вони підкреслюють необхідність критичного підходу до аналізу медійного контенту та важливість медіаграмотності для сучасних громадян. Ці дослідження наголошують на важливості освіти та правильного розуміння медійних процесів для забезпечення демократичної та справедливої суспільної взаємодії.

Аналіз впливу маніпуляції в засобах масової інформації на громадську думку стає все більш актуальним у світі, де медіа-простір швидко розширюється та еволюціонує. Засоби масової інформації мають величезний потенціал у формуванні публічної свідомості, впливаючи не тільки на окремі політичні чи соціальні рішення, але й на культурні та ідентичність націй. Цей аналіз має на меті розглянути, як маніпуляції через медіа впливають на сприйняття інформації та вибори людей, використовуючи різні техніки та стратегії для досягнення певних цілей.

Розуміння цього процесу є ключовим для забезпечення здорового інформаційного середовища і демократичної взаємодії у суспільстві. Особливо важливим є вивчення методів фреймінгу, агендасеттингу та створення наративів, які можуть змінювати фокус громадської уваги та формувати обговорення ключових суспільних питань. Також важливим є аналіз впливу цифрових платформ і соціальних мереж, де швидке поширення інформації та легка доступність засобів маніпуляції ставлять під загрозу якість та достовірність контенту, яким ми користуємося щодня.

Стратегії маніпулювання не обмежуються лише військовими конфліктами, але в умовах війни їх використання стає особливо актуальним і може мати значні соціальні, політичні та моральні наслідки. Важливо розуміти, що такі стратегії можуть підривати демократію, права людини та міжнародне право.

Вивчення і аналіз маніпулятивних стратегій допомагає розробляти методи протидії, зокрема, освітні програми, поліпшення законодавства в галузі медіа, та розробка технологій для верифікації інформації. Важливість таких досліджень і розробок зростає у світлі сучасних викликів інформаційної безпеки.

В умовах військового конфлікту, стратегії маніпулювання інформацією відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки, впливі на моральний стан воїнів, та зміцненні або підриві політичної підтримки. Основні стратегії, такі як пропаганда, психологічні операції, селективне висвітлення інформації, та використання фальшивих новин, кожна на свій спосіб спрямовані на досягнення цих цілей. Нижче наведено висновки щодо кожної з цих стратегій:

Пропаганда є спрямованою на створення позитивного іміджу власних дій та демонізацію противника. Її ефективність залежить від здатності викликати сильні емоційні реакції та широке поширення через мас-медіа.

Психологічні операції використовують цільові повідомлення для впливу на поведінку та мораль противника. Вони можуть включати інформаційні кампанії, спрямовані на демотивацію військових сил противника або підтримку серед цивільного населення.

Селективне висвітлення інформації полягає у вибіркового підході до подачі інформації, що дозволяє контролювати сприйняття ситуації. Через тенденційне висвітлення можна максимально використовувати інформацію на користь певних стратегічних цілей.

Фальшиві новини є потужним інструментом дезінформації, здатним швидко поширюватися і створювати значну плутанину та непорозуміння. Їх використання часто призводить до ескалації конфлікту та зниження довіри до інформаційних джерел.

Ефективність цих стратегій залежить від їх здатності впливати на цільову аудиторію в контексті культурних, соціальних та політичних чинників. Кожна стратегія має свої етичні та моральні питання, які потребують ретельного аналізу та обговорення, щоб уникнути надмірної маніпуляції та забезпечити дотримання міжнародних норм та стандартів.

Протидія маніпуляціям у засобах масової інформації є багатогранною задачею, що вимагає комплексного підходу та включає кілька ключових аспектів. Застосування етичних стандартів, розвиток медіаграмотності та критичного мислення, а також ефективне законодавче і інституційне регулювання — це основні методи та інструменти, що сприяють забезпеченню прозорого і відповідального медійного простору.

Етичні стандарти та норми є фундаментальними для підтримки довіри до медіа. Вони визначають поведінку журналістів і медіаорганізацій, забезпечуючи об'єктивність, незалежність, правдивість та повагу до особистості. Дотримання етичних стандартів сприяє прозорості і відповідальності, допомагає запобігти поширенню дезінформації та маніпуляцій. Етичні кодекси та саморегулюючі органи є важливими механізмами, що підтримують високі стандарти журналістики.

Медіаграмотність та критичне мислення є невід'ємними складовими захисту від маніпуляцій та дезінформації. Освітні програми, спрямовані на розвиток цих навичок, дозволяють громадянам краще розуміти, аналізувати та оцінювати медійний контент. Критичне мислення допомагає розрізняти факти від думок, виявляти упередженість та маніпуляції, що сприяє формуванню об'єктивної і зваженої громадської думки. Це, в свою чергу, зміцнює демократичні процеси та робить суспільство менш вразливим до інформаційних атак.

Законодавче та інституційне регулювання є критично важливими для забезпечення відповідальності медіа. Ефективне законодавство, яке регулює діяльність засобів масової інформації, включаючи ліцензування, захист авторських прав, прозорість власності та інші аспекти, допомагає запобігти

зловживанням та маніпуляціям. Незалежні регуляторні органи, що контролюють дотримання законів та стандартів, забезпечують справедливість і відповідальність у медійному просторі. В Україні, як і в багатьох інших країнах, є необхідність адаптації законодавства до нових викликів цифрової епохи, що включає регулювання інтернет-медіа та онлайн-платформ.

Комплексний підхід до протидії маніпуляціям у засобах масової інформації є ключем до побудови стійкого, прозорого та відповідального медійного простору. Етичні стандарти, розвиток медіаграмотності та критичного мислення, а також ефективне законодавче та інституційне регулювання мають доповнювати одне одного, створюючи потужний захист від інформаційних загроз. Тільки таким чином можна забезпечити об'єктивне, справедливе та незалежне висвітлення подій, що сприятиме зміцненню демократії та захисту прав громадян.

Російські засоби масової інформації систематично використовують різноманітні маніпулятивні техніки для формування світогляду, впливу на громадську думку та підтримки певних політичних агенд. Ці техніки включають дезінформацію та пропаганду, маніпуляцію емоціями, використання псевдоекспертності, фальсифікацію фактів, цензуру та обмеження доступу до інформації, маніпуляцію статистикою та інші.

Ці маніпулятивні техніки дозволяють російським ЗМІ створювати сприятливий для них наратив, викликати певні емоційні реакції у громадськості, а також змінювати або спотворювати сприйняття подій у суспільстві. Вони часто використовуються для підтримки дій влади, дестабілізації політичних супротивників, створення образу "ворога" та інших цілей, що відповідають інтересам політичного режиму.

Враховуючи ці маніпулятивні практики, важливо, щоб громадяни були критичними до інформації, що надходить з російських ЗМІ, та зверталися до різних джерел інформації, а також розвивали критичне мислення та аналізували інформацію з різних точок зору перед тим, як ухвалювати рішення або формувати свою думку. У практичній частині дослідження були проаналізовані

приклади маніпулятивної інформації в російських ЗМІ та оцінена реакція громадськості на ці техніки. Розроблені та апробовані методи протидії маніпуляції в ЗМІ, включаючи рекомендації щодо підвищення медіаграмотності та розробку інструментів для критичного аналізу інформації, мають на меті підвищення рівня інформаційної грамотності серед населення та запобігання негативним наслідкам маніпуляцій у медіапросторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артющенко О. М. Українське суспільство в умовах гібридної війни / О. М. Артющенко // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 102. – С. 230–233.
2. Благодарний А. М. Організаційні аспекти протидії інформаційній агресії як складовій гібридної війни / А. М. Благодарний, О. В. Штельмах // Інформ. безпека людини, суспільства, держави. – 2015. – № 3. – С. 48–54.
3. Веселова Л. Ю. Кібербезпека в умовах гібридної війни: адміністративно-правові засади : монографія / Л. Ю. Веселова ; Одес. держ. ун-т внутр. справ. – Одеса : Гельветика, 2020. – 486 с. – Бібліогр.: с. 413–486.
4. Висоцький О. Ю., Павлов Д. М. Слон сліпих мудреців: політична пропаганда в нескінченності вимірів. Політичне життя. 2024. № 1. С. 01-101. [Електронний ресурс], - <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/14888>
5. Війна і битва наративів: Як російська пропаганда діє в медійному просторі Глобального Півдня. [Електронний ресурс], - <https://detector.media/infospace/article/210274/2023-04-19-viyna-i-bytva-naratyviv-yak-rosiyska-propaganda-diie-v-mediynomu-prostori-globalnogo-pivdnnya/>
6. Віннічук О. В, Руда Л. А. Пропаганда як інструмент політичної комунікації в умовах російсько-української війни. Політичне життя. 2023. № 4. С. 82-87. [Електронний ресурс], - <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/15015>
7. Гібридна війна: сутність, виклики та загрози : зб. матеріалів круглого столу (Київ, 8 липня 2021 р.) / Нац. акад. Служби Безпеки України. – Електрон. вид. – Київ, 2021. – 189 с.
8. Гібридна війна: in verbo et in praxi : [колект. монографія] / О. Базалук, В. Білецький, В. Гуржи, Р. О. Додонов, В. Додонова ; ред.: Р. О. Додонов. – Вінниця : Нілан, 2017. – 411 с. – Бібліогр.: с. 386–410.

9. Гончарук-Чолач Т. В., Томахів В. Я., Чигур Р. Ю. Комунікативний процес як політична взаємодія засобів масової інформації та політичної пропаганди. Політичне життя. 2023. № 3. С. 66-70. [Електронний ресурс], - <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/14100>
10. Горбунов О. О. Маніпулятивні заголовки в інтернет-медіа періоду російсько-української війни : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 061 «Журналістика» / наук. керівник Т. М. Плеханова. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 60 с.
11. Гурківська А. Змістовна демаркація постправди, пропаганди, дезінформації та неправдивої інформації. Науково-теоретичний альманах Грані. 2023. № 26(3). С. 118-125. [Електронний ресурс], - <https://doi.org/10.15421/172357>
12. Дзюба Т. М. Механізм інформаційно-психологічного впливу на психіку людини у гібридній війні / Т. М. Дзюба, Н. М. Волошина, І. В. Пампуха // Зб. наук. пр. Військ. ін-ту Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – 2016. – Вип. 51. – С. 91–99.
13. Дубов Д. В. Державна інформаційна політика України в умовах гібридного миру та війни / Д. В. Дубов // Стратег. пріоритети. – 2016. – № 3. – С. 86–93.
14. Дубов Д. В. Функціональний аналіз сфери стратегічних комунікацій (скорочена версія) / Д. В. Дубов, А. В. Баровська // Стратег. пріоритети. Серія : Політика. – 2016. – № 4. – С. 105–112.
15. Журналістика за фреймом. Ліна Степаненко. [Електронний ресурс], - <http://fj.onu.edu.ua/zhurnalistyka-za-frejmom-iak-namy-manip/>.
16. ЗМІ і війна: особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану. [Електронний ресурс], - <https://ppl.org.ua/zmi-i-vijna-osoblivosti-poshirennya-informacii-ta-foto-pid-chas-voyennogo-stanu.html>

17. Інформаційні маніпуляції в загарбницькій війні Росії проти України.
https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/інформаційні-маніпуляції-в-загарбницькій-війні-росії-проти-україни-єс-додав-сім-фізичних-та-п'ять_uk
18. Іван Новосельський. СУЧАСНІ МАС-МЕДІА В ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙНАХ. УДК 327.8:070.16(477).
19. Коваленко І. П. Засоби масової інформації в умовах гібридної війни / І. П. Коваленко // Вісн. Нац. ун-ту «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2015. – № 3. – С. 270–272.
20. Кругляк О. Російська пропаганда як засіб політичної маніпуляції після повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року (на прикладі telegram-каналів «Легітимний» та “Картель”) // Актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 17-18 листопада 2023 р., м. Дніпро. 2023. С. 243-245.
21. Кулеба Д. І. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ: Книголав, 2019. 381 с.
22. Куцепал С. В. Інформація як засіб здійснення гібридної війни / С. В. Куцепал // Вісн. Нац. ун-ту «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2015. – № 3. – С. 226–228.
23. Магда Є. В. Виклики гібридної війни: інформаційний вимір / Є. В. Магда // Наук. зап. Ін-ту законодавства Верхов. Ради України. – 2014. – № 5. – С. 138–142.
24. Макс Вебер. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. — К., 1998. — С. 67-82.]

- 25.Маніпуляції росії. Чому люди вірять в пропаганду. [Електронний ресурс], - <https://intent.press/blog/2024/manipulyaciyi-rosiyi-chomu-lyudi-viryat-v-propagandu/>
- 26.Медіаграмотність під час війни. [Електронний ресурс], - https://www.aup.com.ua/uploads/Mediagramotnost_pid_chas_viny_web.pdf
- 27.Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни. Південний архів (філологічні науки). Автор: НМ Шульська · 2022
- 28.Мідттун Г. П. Битва умів. Гібридна війна – це вплив на людей, з метою підвести їх до свідомого чи не свідомого вибору, корисного для агресора.
- 29.Особливості сучасної антиукраїнської маніпулятивної пропаганди в текстах і заголовках російських інформаційних повідомлень. [Електронний ресурс], - <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/320/8731/18232-1?inline=1>
- 30.Павлюх М. В., Телефус С. О.. Алгоритм нейролінгвістичної маніпуляції у політичному прогнозуванні на прикладі моделі Мілтона. Політичне життя. 2022. № 3. С. 98-104.
- 31.Пироженко К. Пропаганда як один з провідних інструментів управління масовою свідомістю//Актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 17-18 листопада 2023 р., м. Дніпро. / ред. кол.: І.В. Іщенко, І.К. Головка, П.Г. Петров. Дніпро: ПрінтДім, 2023. С. 139-142.
- 32.Половинчак Ю. М. Війни смислів у сучасному російсько-українському протистоянні в соціальних медіа / Ю. М. Половинчак // Наук. зап. Ін-ту журналістики. – 2016. – Т. 3. – С. 16–22.

- 33.Притула А. М. Пропаганда – компонент гібридної війни: шляхи протидії засобами кримінального права / А. М. Притула // Юрид. наука. – 2015. – № 3. – С. 99–104. – URL:
- 34.Саєнко О. Г. Механізм інформаційно-психологічного впливу в умовах гібридної війни/ О. Г. Саєнко // Вісн. Нац. акад. Держ. прикордон. служби України. Серія : Психологія. – 2015. – Вип. 1.
- 35.Семен Н. Ф. Поняття «інформаційна війна» в контексті соціальних комунікацій / Н. Ф. Семен // Держава та регіони. Сер. Соц. комунікації. – 2016. – Вип. 1. – С. 22–25. – Бібліогр.: 20 назв.
- 36.Становлення та розвиток особистості в умовах інформаційної війни: матеріали XI щоріч. наук.-практ. конф. (м. Київ, 2 берез. 2018 р.) / Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського, Навч.-наук. гуманітар. ун-т, Каф. психології і педагогіки. – Київ, 2018. – 179 с.
- 37.Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця: монографія / [Юлія Лапутіна, Ганна Маляр, Катерина Левченко та ін.]. – Київ, 2021. – 500 с.
- 38.Стюарт Холл, «Encoding and Decoding in the Television Discourse». Vol. 2 / edited by Ann Gray et al (Abingdon, 2007) pp. 386-398.
- 39.Стюарт Холл, «Representation: Cultural Representations and Signifying Practices». ISBN: 9781849205634.
- 40.Тютюнник Л.Л. ПРОПАГАНДА ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ. Вісник Національного університету оборони України 6 (76) /2023. [Електронний ресурс], - <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/288547/284361>
- 41.Українські медіа та війна. Підсумки моніторингів Інституту масової інформації у 2022 році. [Електронний ресурс], -

- <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-vijna-pidsumky-monitoryngi-v-imi-2022-roku-i49921>
42. Фейки та маніпуляції російських пропагандистів, виявлені ЦПД при РНБО України. [Електронний ресурс], - <https://armyinform.com.ua/2023/05/23/fejky-ta-manipulyacziyi-rosijskyh-propagandystiv-vyyavleni-czpd-pry-rnbo-ukrayiny/>
43. Хорошко В. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство. Частина 1 / В. Хорошко, Ю. Хохлачова // Безпека інформації. – 2016. – Т. 22, № 3. – С. 283–288.
44. Чекалюк В. В. Українська журналістика в умовах гібридної війни : монографія / В. В. Чекалюк ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Київ : Паливода А. В. [вид.], 2018. – 307, [1] с. : іл., табл. – Бібліогр.: с. 301–308.
45. Черненко Т. В. Ідея сепаратизму як один з інструментів інформаційної війни проти України / Т. В. Черненко // Стратег. пріоритети. – 2016. – № 2. – С. 117–123.
46. Шехавцов М. О. Формування інформаційної культури студентської молоді в умовах інформаційно-гібридної війни : дис. ... д-ра філософії в галузі знань 01 Освіта : [спец.] 015 / Шехавцов Михайло Олексійович ; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка». – Старобільськ, 2021. – 277, [4] арк. : табл. – Бібліогр.: арк. 196–219.
47. David Morley «The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding». British Film Institute, 1980 - 167 стор.
48. Edward S. Herman and Noam Chomsky. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. [Електронний ресурс], - https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537300/mod_resource/content/1/Noa

[m%20Chomsky_%20Edward%20S.%20Herman%20-%20Manufacturing%20Consent_%20The%20Political%20Economy%20of%20the%20Mass%20Media-Bodley%20Head%20%282008%29.pdf](#)

Анотація

Ця дослідницька робота присвячена аналізу маніпуляцій в засобах масової інформації та пошуку ефективних методів протидії. У першому розділі досліджуються теоретичні аспекти маніпуляції в медіа, включаючи визначення понять та механізмів їх здійснення. Другий розділ аналізує вплив маніпуляцій на громадську думку, особливо в умовах військових конфліктів, та їх вплив на політичні процеси і міжнародні відносини.

У третьому розділі розглядаються методи протидії маніпуляціям, такі як впровадження етичних стандартів, розвиток медіаграмотності та критичного мислення, а також законодавчі та інституційні механізми регулювання ЗМІ. Практична частина містить аналіз конкретних прикладів маніпуляцій в російських засобах масової інформації, оцінку реакції громадськості на ці техніки та розробку методів протидії.

Метою роботи є не лише теоретичне осмислення маніпулятивних технік, але й практичне вивчення ефективних інструментів для боротьби з маніпуляціями. У дослідженні використовуються кількісні та якісні методи аналізу, включаючи контент-аналіз та кейс-стаді, з використанням програмного забезпечення для аналізу великих даних та соціальних мереж.

Основними завданнями є ідентифікація ключових джерел медійних маніпуляцій, вивчення конкретних прикладів дезінформації під час російсько-українського конфлікту, розробка методологій для аналізу контенту та створення рекомендацій для підвищення медіаграмотності населення.

Ключові слова: маніпуляція, засоби масової інформації, інформаційний простір, медіа, соціальна мережа, месенджер, медіаграмотність, дезінформація, фейк, пропаганда, наративи, дискредитація, інформаційна війна, гібридна війна.

Abstract

This research paper is dedicated to analyzing manipulations in the mass media and finding effective countermeasures. The first chapter explores the theoretical aspects of media manipulation, including definitions and mechanisms. The second chapter analyzes the impact of manipulations on public opinion, especially in the context of military conflicts, and their influence on political processes and international relations.

The third chapter examines methods of countering manipulations, such as the implementation of ethical standards, the development of media literacy and critical thinking, as well as legislative and institutional mechanisms for media regulation. The practical part includes an analysis of specific examples of manipulations in Russian mass media, an assessment of public reaction to these techniques, and the development of countermeasures.

The aim of this work is not only to theoretically comprehend manipulative techniques but also to practically study effective tools for combating manipulations. The research utilizes both quantitative and qualitative methods of analysis, including content analysis and case studies, with the use of software for big data and social network analysis.

The main tasks are to identify key sources of media manipulations, study specific examples of disinformation during the Russian-Ukrainian conflict, develop methodologies for content analysis, and create recommendations for improving media literacy among the population.

Keywords: manipulation, mass media, information space, media, social network, messenger, media literacy, disinformation, fake, propaganda, narratives, discreditation, information warfare, hybrid warfare.