

МЕДІА І МАНУПУЛЯЦІЇ



ІСАЄВА О.О., доктор пед. наук, проф.

© Isaieva O. 2017

План лекції



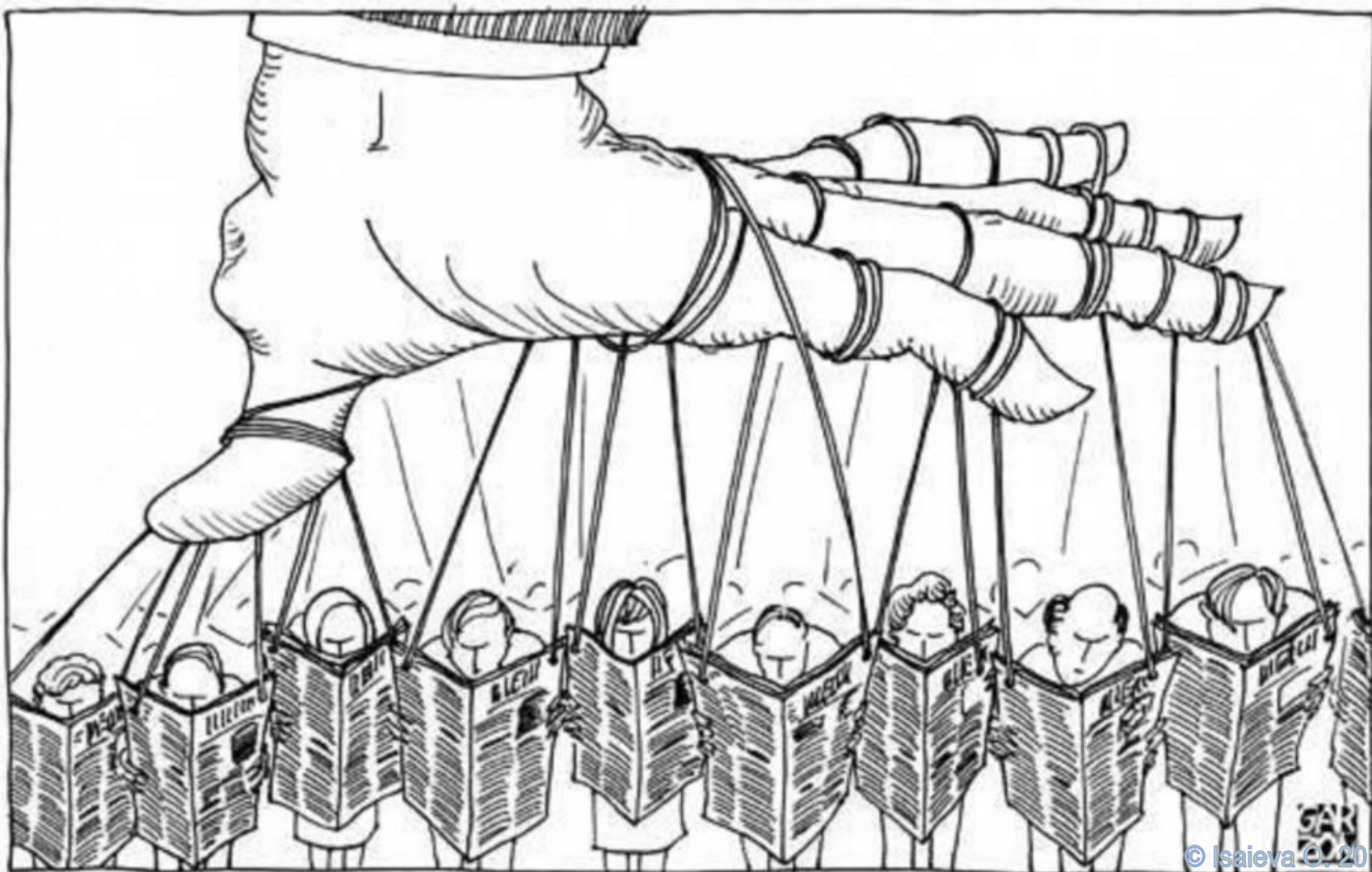
1. Вплив медіа на формування думки суспільства.
2. Засоби маніпуляції у медіатекстах.
3. Види пропаганди у сучасному інформаційному світі.
4. Реклама як спосіб маніпуляції свідомістю.
5. Складові критичного аналізу медіатексту.



**З усіх проблем медіа нам в першу чергу
треба говорити про їх безпеку.**

Дуня Міатович,
фахівець з масмедійного права (Боснія)

Той, хто володіє ЗМІ, формує напрям їхньої роботи, ракурс висвітлення процесів і подій у країні. Або ж встановлює інформаційну блокаду конкурентів.



© Isaieva © 2017



Фейки розширюють межі того,
у що ми віримо.

«*The Guardian*»

З метою не піддаватися на фейкові новини, перевірити справжність інформації медіакритики радять:

- **перевірити походження інформації: чи дійсно це оригінальний фрагмент контенту?**
- **дізнатися про джерело інформації: хто завантажив контент?**
- **з'ясувати дату і місце контенту: коли і де контент було створено?**



Засоби маніпуляції у медіатекстах

Маніпуляція свідомістю – це управління поведінкою людей шляхом нав'язування їм ідей, установок, мотивів, стереотипів поведінки, вигідних суб'єкту впливу.



Медіа-маніпуляція — вид психологічного впливу, що здійснюється через пресу, радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, відеотексти, телетексти, рекламні щити та панелі, домашні відеоцентри, соціальні мережі, що призводить до **пробудження у об'єкта впливу намірів, які змінюють його бажання, настрої, поведінку, погляди тощо.**

Рівні маніпулювання



- п о сил еня існую чиху св ід о м о стю д ей п о трібних
м аніп уля то рд ей у стаю в о м о тив а ц ію стей н о рм а
н а ч а стк о в м а л і з м і н и п о г л я д н а ті ч и і н ш і п о д а й р о ц е
ф а к т
н а д о к о р і н н я к а р д и н а л ь н а з м і н а ж и т т є в и х у стаю в о

За допомогою ЗМІ інформацію можна:

- спотворити за допомогою неповної, односторонньої подачі;

- відредагувати, додавши власні домисли і коментарі

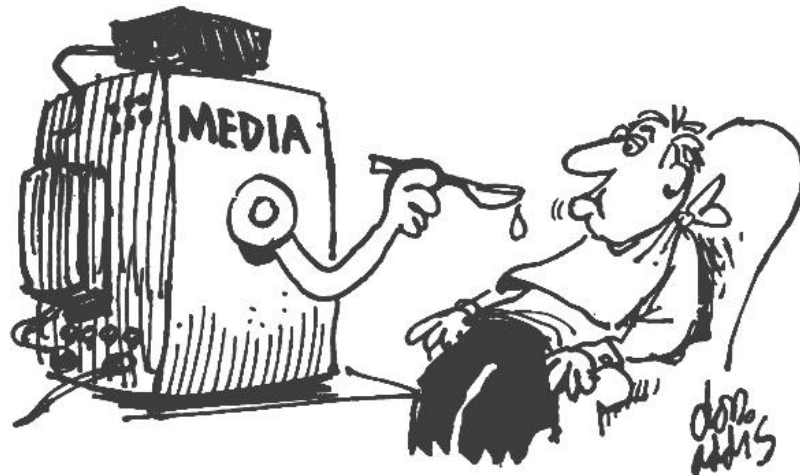
- інтерпретувати у вигідному світлі

- просто приховати, разом з тим, акцентуючи увагу на окремих сторонах події, замовчуючи інші

- створити "інформаційний шум"

- оперативно подати навіть неперевірену інформацію

- поширювати певний погляд на інформацію як її єдино вірний варіант



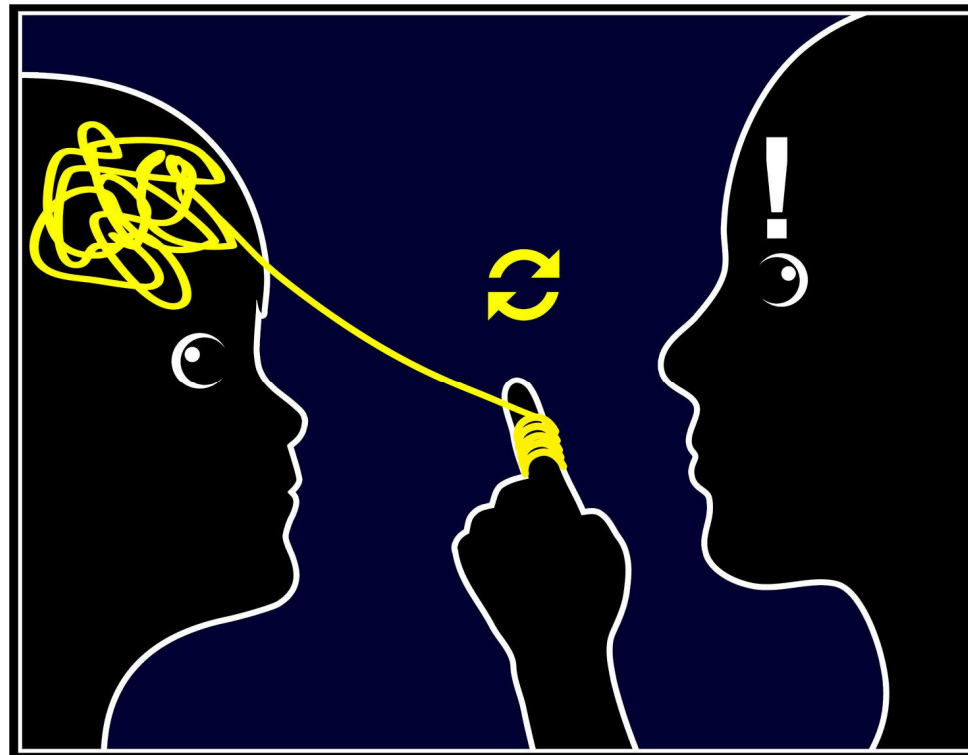
Найпоширеніші способи маніпуляції

дезінформація

створення
псевдореальності

техніка «сендвіча»

спіраль мовчання



Ефект присутності

Посилання на
анонімний авторитет

Пропаганда у сучасному інформаційному світі



Популярні пропагандистські прийоми

✓ «дегуманізація ворога»



Робота художників Олеси Трофименко та Ярослава Коломійчука, представлена на виставці "The Noise" в America House Kyiv, вересень 2017р.

© Isaieva O. 2017

✓ «багаторазове повторення»



Робота художників Олесі Трофименко та Ярослава Коломійчука, представлена на виставці “The Noise” в America House Kyiv, вересень 2017р.

© Isaieva O. 2017

✓ «замовчення інформації»



✓ «сенсаційність інформації»



«апелювання до народу»



Робота художників Олесі Трофименко та Ярослава Коломійчука, представлена на виставці “The Noise” в America House Kyiv, вересень 2017р.

✓ «спрощення інформації»



✓ «конструювання інформації з неповних висловлювань або уривків»



ЯКІ ІСНУЮТЬ ЗАСОБИ ПРОТИСТОЯННЯ МАНІПУЛЯЦІЯМ?

1. Дослідники радять читати художню літературу.

2. Читання не лише новин, а й аналітики.

3. Дотримання мінімальної інформаційної гігієни.

4. Захоплення гуманітарними дисциплінами.

5. Живе спілкування.

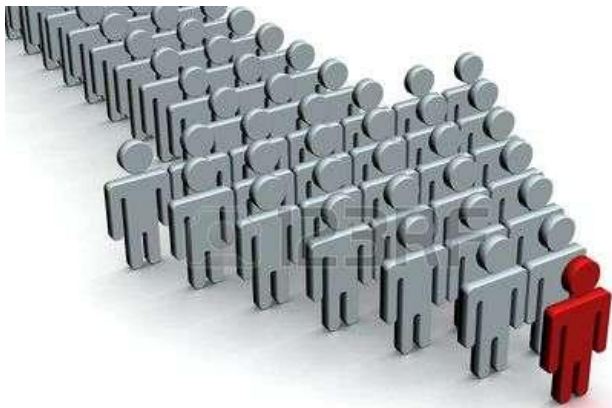


Реклама як спосіб маніпуляції свідомістю

Сучасні дослідники розглядають рекламу як психологічну технологію, орієнтовану на маніпулювання мотиваціями, потребами, особистісної сфери людини для досягнення соціально-політичних, економічних та інших переваг.

Реклама

- сприяє стереотипізації мислення, відповідно стереотипізації поведінки;



- нав'язує готові моделі і стандарти життя;



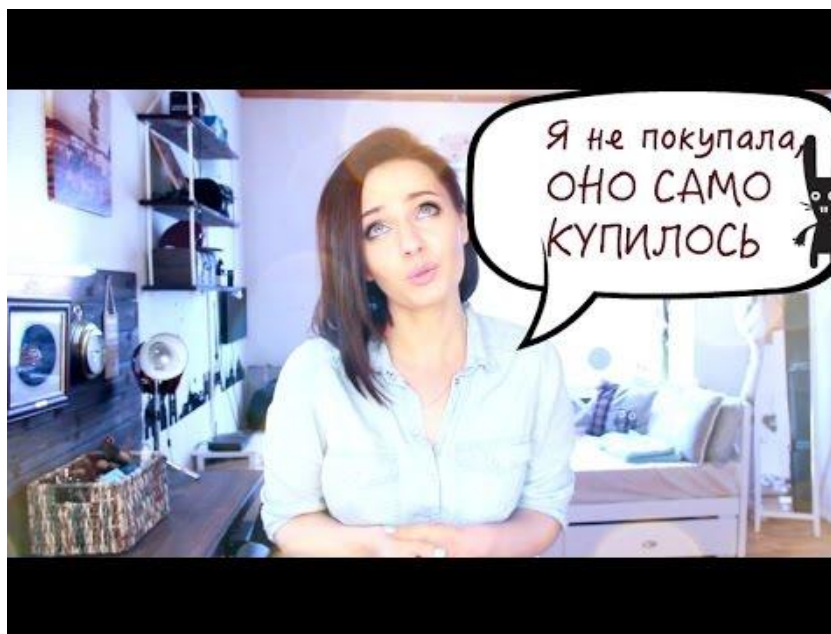
- спекулює на почуттях і бажаннях людини

Для того, щоб не стати рекламозалежною людиною, не стати жертвою реклами, треба:

чітко знати, що ти хочеш придбати);

не піддаватися почуттям під час перегляду реклами, а критично оцінювати переваги і вади рекламного продукту;

не приймати на віру те, що бачите і чуєте у рекламі, критично аналізувати і перевіряти інформацію.



Мовленнєві прийоми маніпулювання свідомістю в сучасній комерційній рекламі

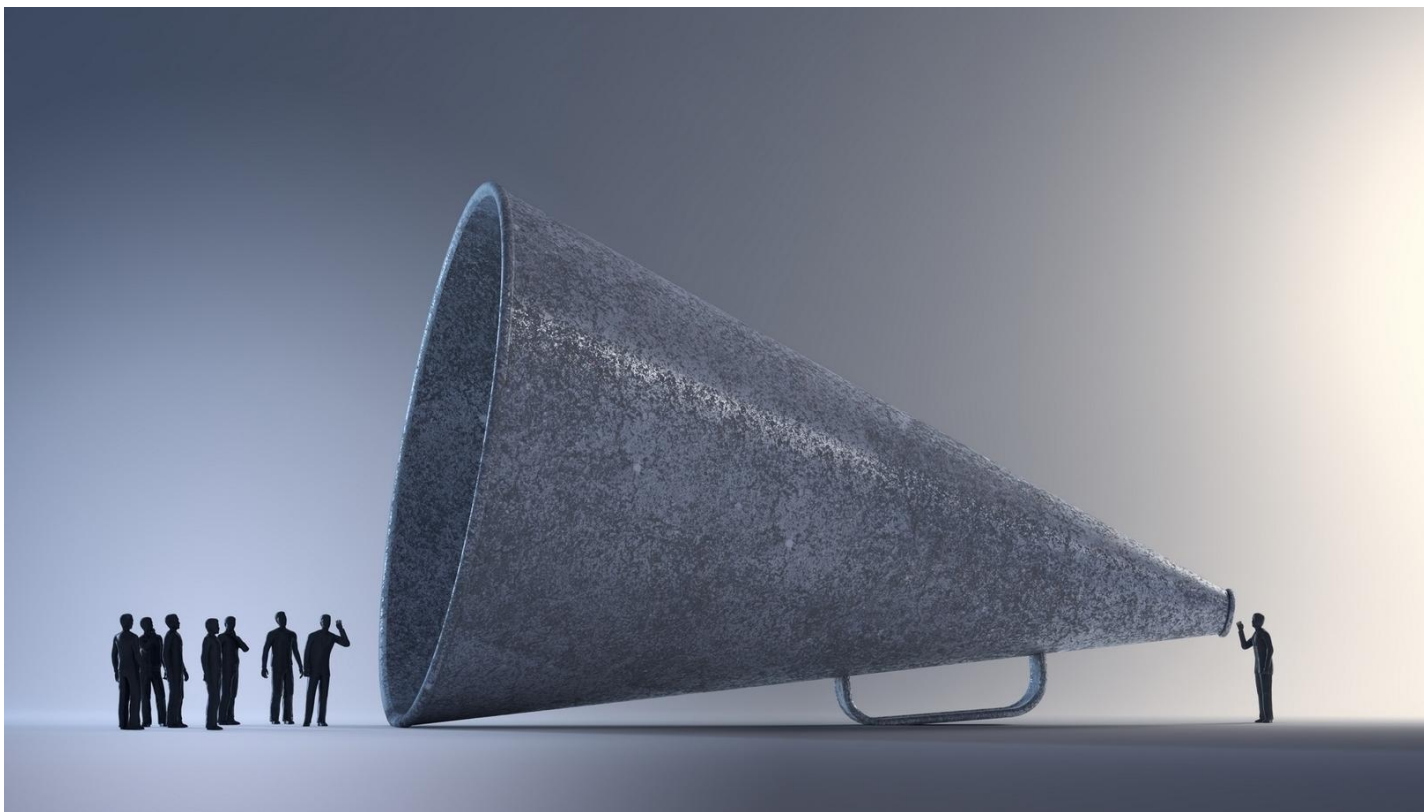
Підміна понять

Порівняння на користь маніпулятора

Переосмислення

Мовне скріплення

Імплантована оцінка



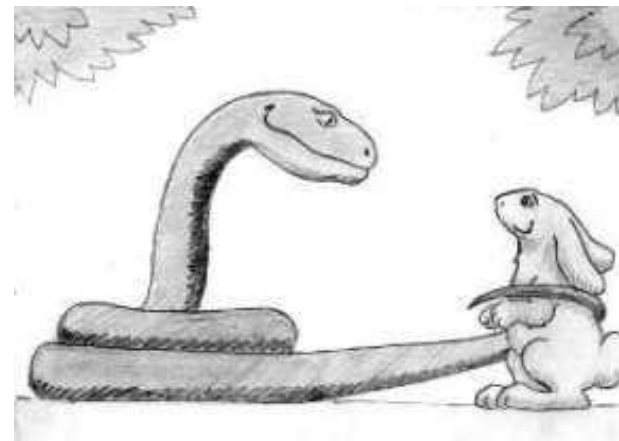
Окремі психологічні способи маніпулювання у рекламі

Створення психозу «брак часу»

Комплекс переваги

Апеляція до прогресу

Використання авторитету відомої особи



Безкоштовний сир із мишоловки

Глас народу

Апеляція до «добрих почуттів»

Реклама від супротивного

Експлуатація батьківського інстинкту

Використання патріотичних почуттів



Складові критичного аналізу медіатексту

Загальна інформація, яку необхідно знати про медіа текст:

- авторство тексту;
- джерело інформації;
- дата створення медіатексту;
- хто є замовником даного медіапродукту;
- мета створення даного медіатексту

Аналіз можливого впливу медіатексту:

- для кого корисний цей медіатекст;
- чи може він завдати шкоди і кому;
- як цей текст впливає на почуття його реципієнта;
- які емоції і думки залишає цей медіа текст.

Аналіз змістової наповнення медіа продукту:

- про що змушує замислитися цей медіатекст;
- які ідеї, заклики він несе;
- наскільки повно представлено інформацію у цьому медіатексті;
- що важливе не знайшло своє відображення у медіапродукті і чому.



Аналіз застосованих технік у медіатексті:

- які засоби впливу на аудиторію були використані у медіатексті;
- як може бути проінтерпретованим (розтлумачений) цей текст різними реципієнтами.