

Маніпуляції в медіа під час
війни: причини, сутність,
протидія

*Олена Гончаренко, завідувач відділу науково-методичної,
соціокультурної
та міжнародної роботи, науковий співробітник відділу науково-освітніх
інформаційних ресурсів ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського*





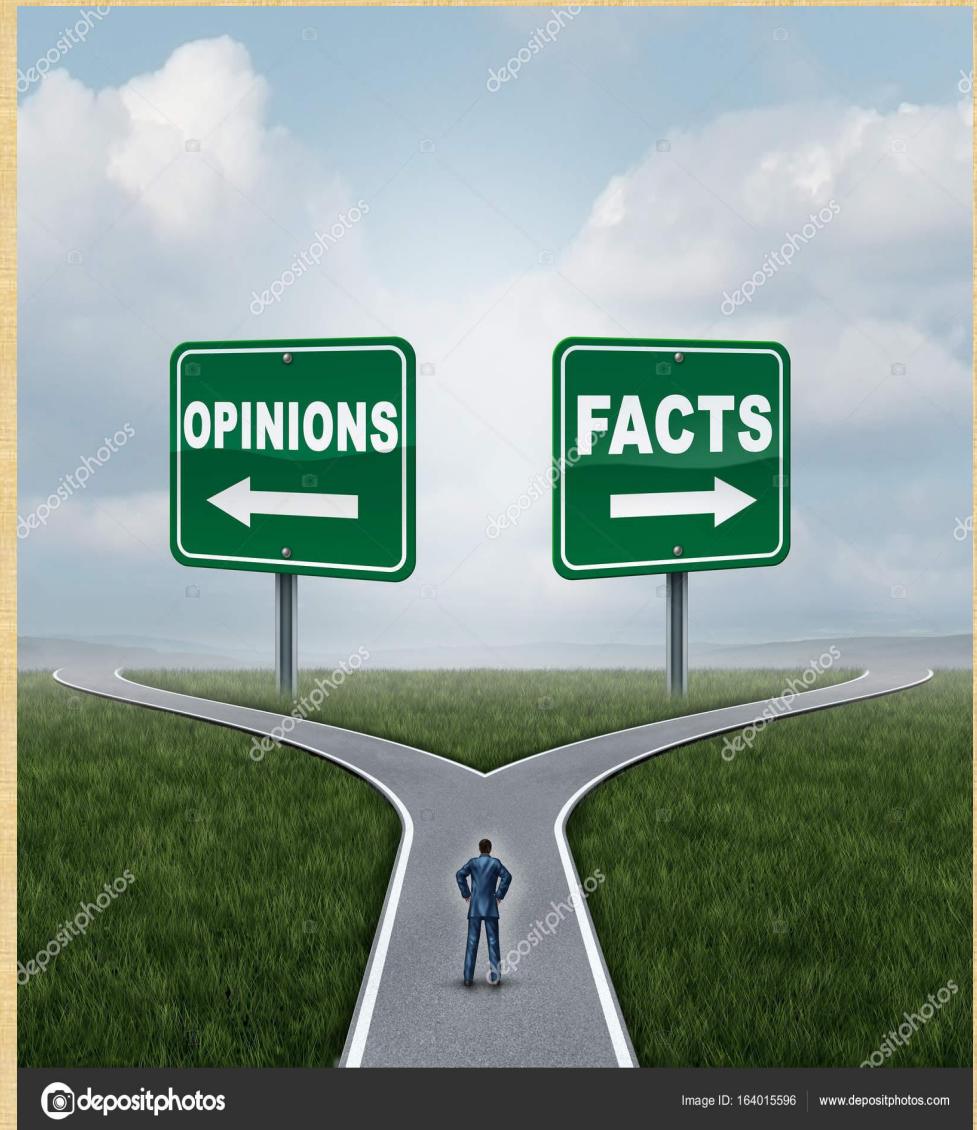
- Олена Гончаренко
- Завідувач відділу науково-методичної, соціокультурної та міжнародної діяльності ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського
- Дуже розумна
- Тренер з медіаграмотності
- Мені подобається читати книжки
- Дуже люблю тварин

- **ФАКТ** — реальна подія, яку можна перевірити.

Факт є об'єктивним

- **ДУМКА** — судження про щось, відношення, оцінка чогось (когось).

Думка суб'єктивна.



Знайти джерело зображення



Пошук Текст Перекладач



ДНПБ
Відділ науково-методично

Олена Гончаренко



Усі Зображення Новини Відео Карти Більше Інструменти

Приблизна кількість результатів: 554 000 (0,49 с)



Instagram

https://www.instagram.com/goncharenko

goncharenko.olena - Олена Гончаренко

530 Followers, 653 Following, 85 Posts - See Instagram photos and videos from Олена Гончаренко (@goncharenko.olena)

Зображення для запиту Олена Гончаренко



youtube



linkedin



Відгук

Переглянути все →

Приблизна кількість результатів: 4 260 (0,39 с)



ДНПБ

<https://dnpb.gov.ua> > structure > відділи > відділ-нау...

Відділ науково-методичної, соціокультурної та ...

У відділі науково-методичної, соціокультурної та міжнародної діяльності ДНПБ

України ім. В. О. Сухомлинського функціонує Кабінет бібліотекознавства. Контакти ...



ДНПБ

<https://dnpb.gov.ua> > ...

ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського

Відділ науково-освітніх інформаційних ресурсів · **Відділ науково-методичної, соціокультурної та міжнародної діяльності** · **Відділ наукового інформаційно ...**Не містить: [Завідувач](#) | Показати результати, які містять: [Завідувач](#)

ДНПБ

<https://dnpb.gov.ua> > ...

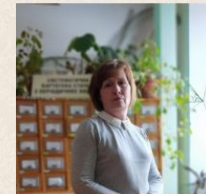
Шляхи вдосконалення професійних компетентностей ...

26 квіт. 2023 р. — ... [завідувач відділу науково-методичної, соціокультурної та](#)[міжнародної діяльності ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського](#) [Олена Гончаренко](#) ...

і відомств.

Участь у діяльності Української бібліотечної асоціації (*секція працівників шкільних бібліотек*).*Співпраця* з методичними центрами провідних бібліотек України інших систем та відомств.*Співробітництво* з бібліотеками закладів освіти різних рівнів акредитації, іншими організаціями шляхом участі у конференціях, семінарах, конкурсах, виставках, інших масових заходах.

ЗАВІДУВАЧ ВІДДІЛУ



Гончаренко Олена Леонідівна

Посада: завідувач відділу**Освіта:** Київський університет ім. Т. Г. Шевченка (1995 р.).**Трудова діяльність:**

Методично-видавничий центр МОН України (1995-2003 рр.), Інститут навчальної літератури центр МОН України (2003-2006 рр.), Інститут інноваційних технологій і змісту освіти МОН України (2006-2015 рр.), ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» МОН України (2015-2017 рр.), Державна науково-педагогічна бібліотека ім. В. О. Сухомлинського (з 2017 року)

Наукові інтереси: вивчення історії розвитку й сучасного стану книгозбірень мережі освітянських бібліотек МОН України та НАПН України, науково-методичне забезпечення інноваційного розвитку освітянських бібліотек, роль бібліотек навчальних закладів у освітньому процесі, проблеми дитячого читання

Google Академія · Електронний архів НАПН України

СПІВРОБІТНИКИ

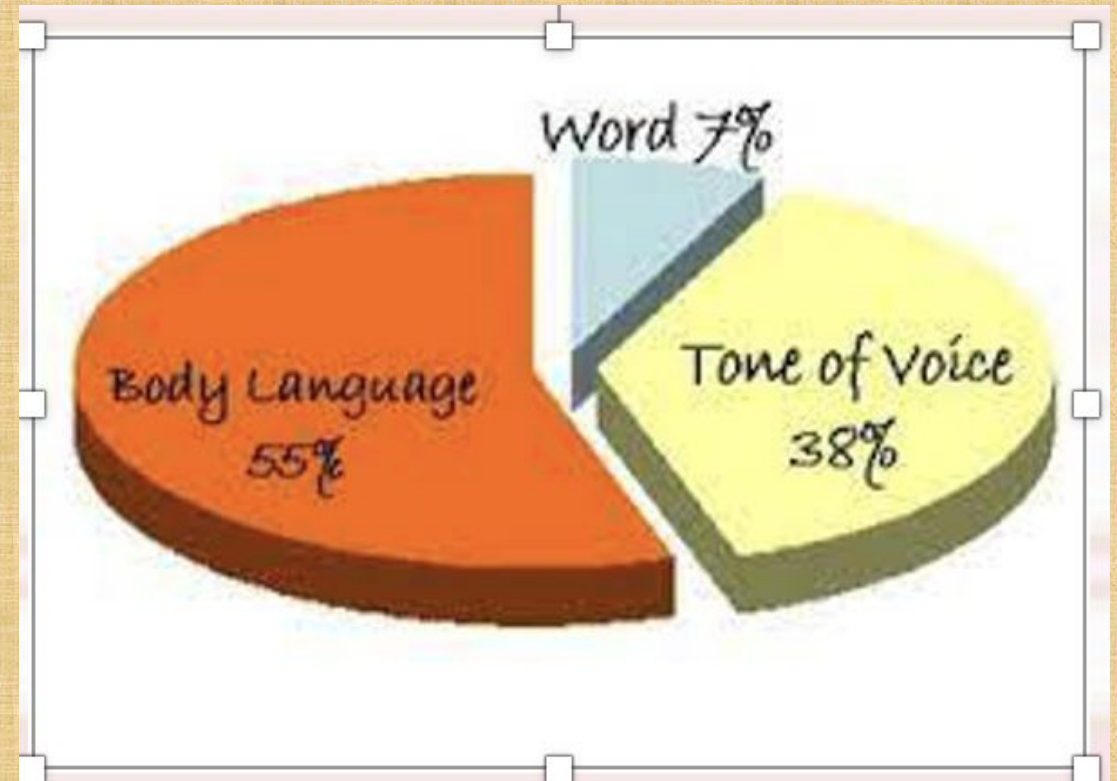
Рефлексивний експеримент «Намалюйте песика»



- Мы говоримо слова, а люди сприймають образи
- У кожного свій «песик» у голові
- Знаючи про це, маніпулятори від ЗМІ підсилюють потрібні їм образи емоціями, інтонацією й відсутністю чіткої та ДОСТОВІРНОЇ інформації.

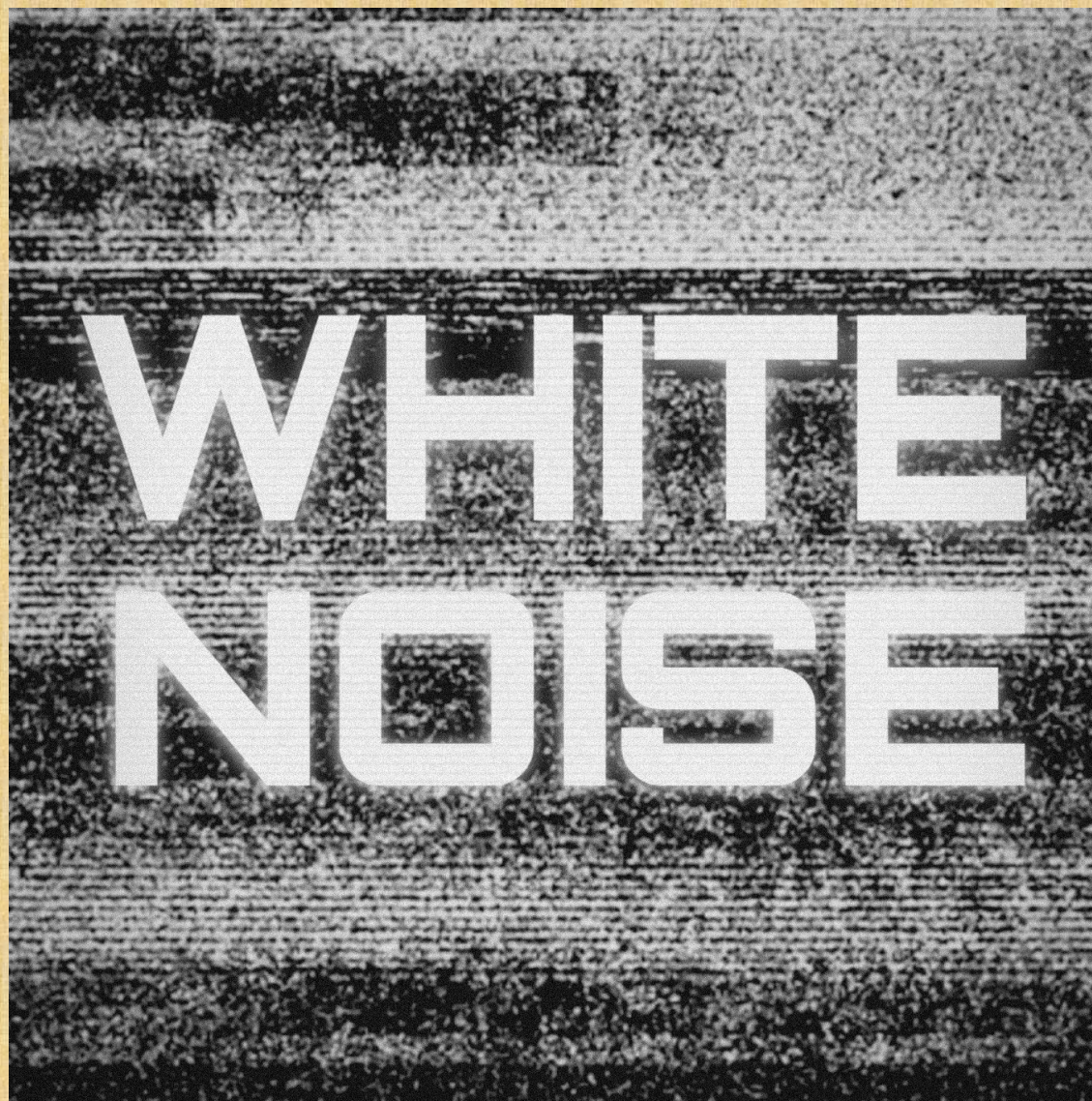
Закон передачі/сприйняття інформації (А. Меграбян)

- 7% - слова
- 38% - міміка
- 55% - контекст, контент, емоції, пози, інтонації і т.п.

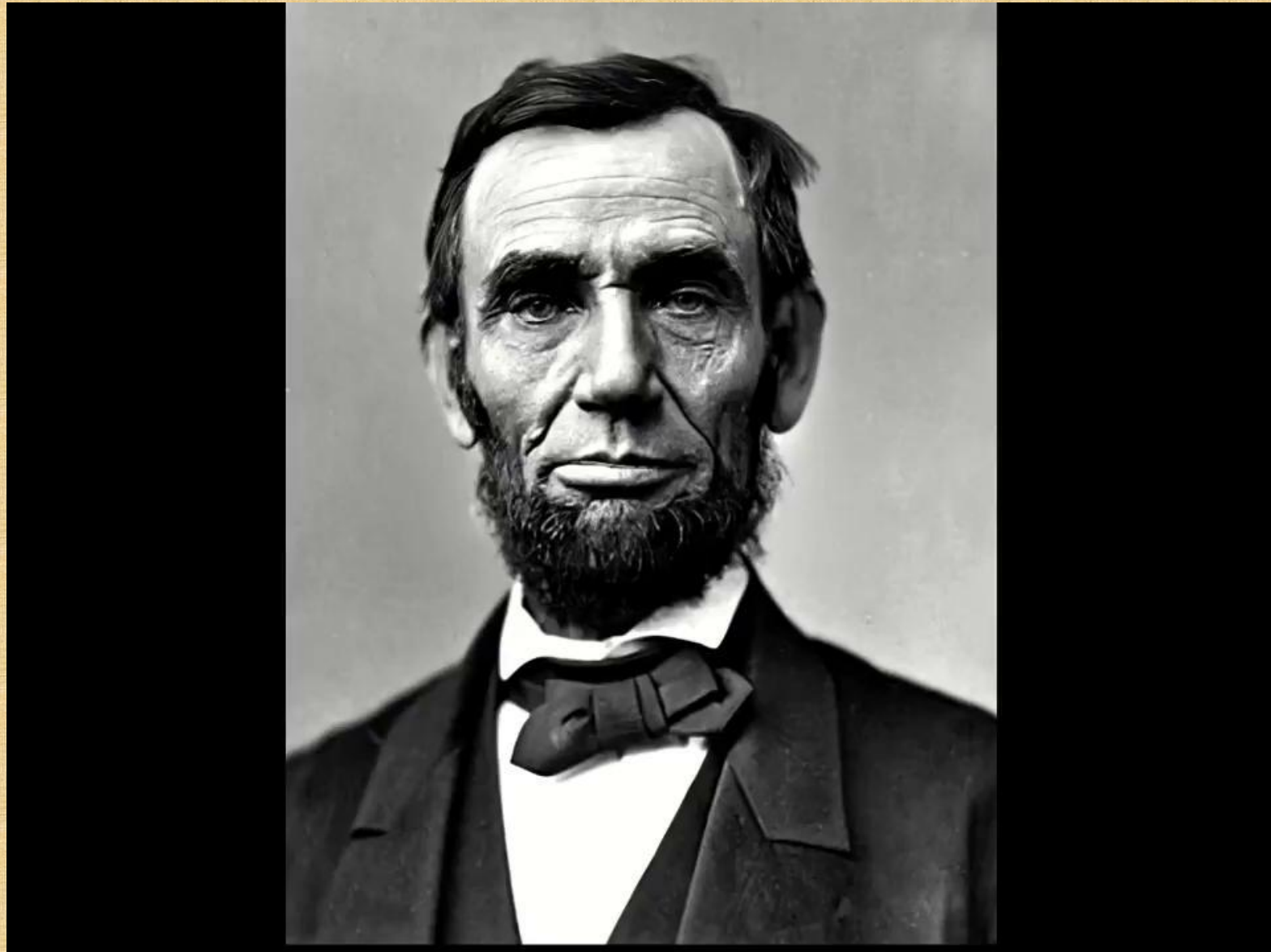


Білий шум

Відомо, що білий колір це поєднання усіх кольорів спектру. Тобто – це алегорія, яка передає мішанину звуків, які сприймає наш мозок одночасно.



Привітання А. Лінкольном учасників проекту



- Яке враження від перегляду ролику?
- Хто такий А. Лінкольн?

Авраам Лінкольн; 12 лютого 1809 — 15 квітня 1865 — 16-й президент США, перший президент від Республіканської партії, визволитель американських рабів. Авраам Лінкольн очолював США в період Громадянської війни. Його вважають національним героєм США.

- Чому А. Лінкольн підкреслює важливість медіаграмотності?
- З яким явищем нейромереж ми зараз зіткнулися?
- **Діпфейки** - це фейкові відеоролики, на яких до тіла однієї людини «причепили» обличчя іншої, і зробили це таким чином, що відрізнити підробку майже неможливо.
 - Чи є відео, фото, наявність експерта ознаками достовірної та якісної інформації?
 - Тоді чому всі ці ознаки, які присутні у ролику, все ж таки виявляються фейковими?



Support the Guardian

Fund independent journalism with €5 per month

Support us →

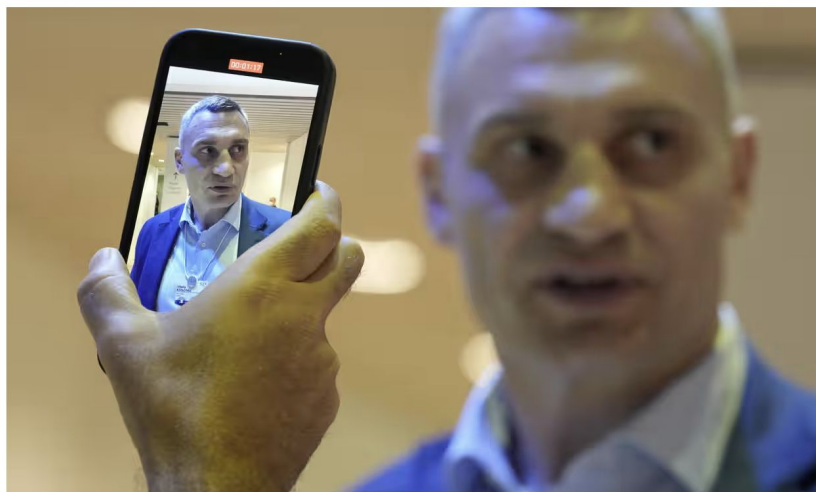
The Guardian

News Opinion Sport Culture Lifestyle More

This article is more than 1 year old

European politicians duped into deepfake video calls with mayor of Kyiv

Person who sounds and looks like Vitali Klitschko has spoken with mayors of Berlin, Madrid and Vienna



Someone has been impersonating the mayor of Kyiv, Vitali Klitschko - the real one seen here. Photograph: Markus Schreiber/AP

Три дзвінки від фейкового Кличко до мерів Відня, Мадрида та Берліна. Ймовірно, це не повний перелік, бо про дідфейк у Відні стало відомо тільки 25 червня, а дзвінок був 22 червня.



<https://www.theguardian.com/world/2022/jun/25/european-leaders-deepfake-video-calls-mayor-of-kyiv-vitali-klitschko?fbclid=IwAR3evoBcU1F9W302xv9mfnA3qt0FX-mmdMJmmJM6ARITe0d0grF3e-r598>

<https://www.facebook.com/notaenota1/photos/a.106023342008815/149244281020054/?type=3>



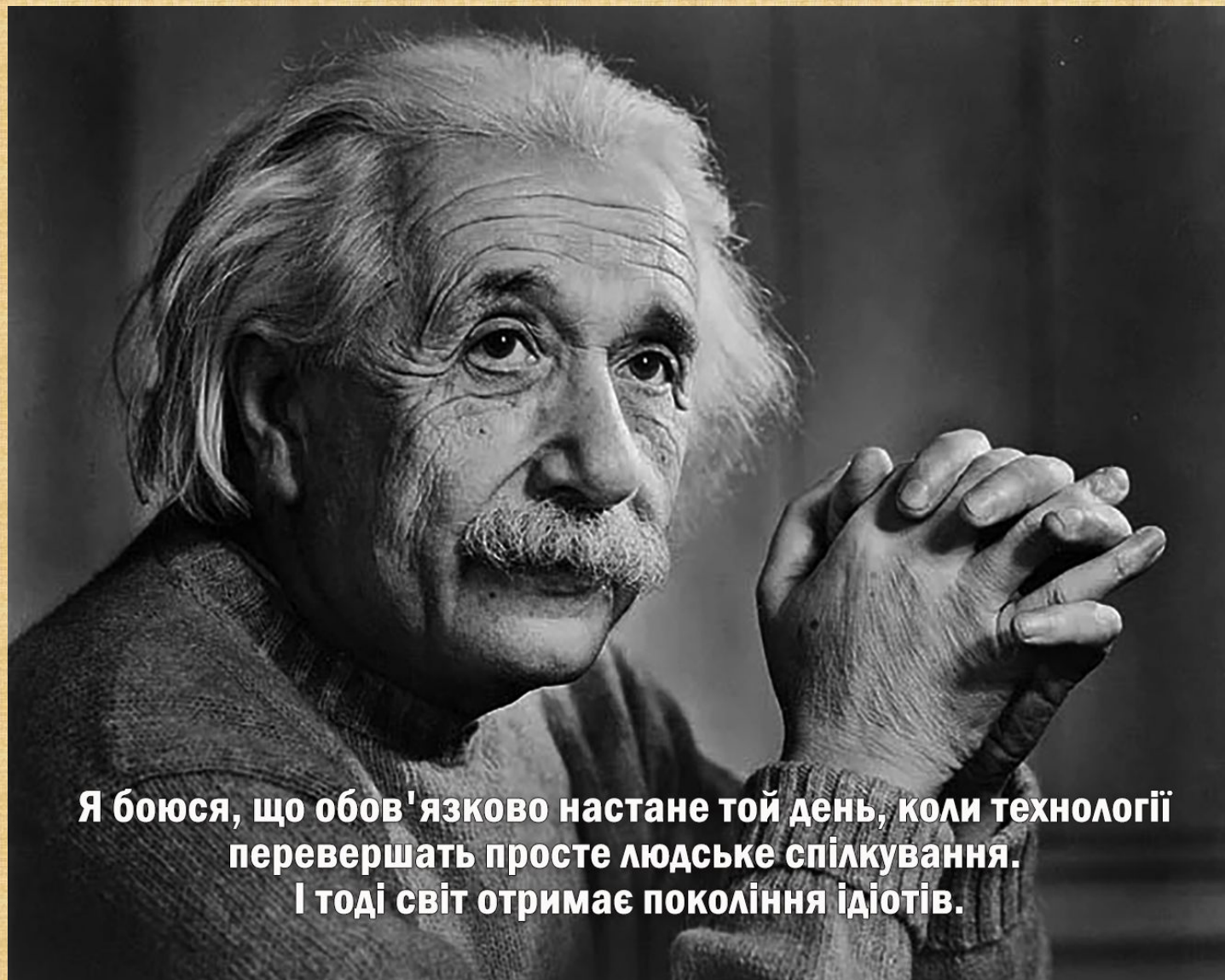
Real-time Reenactment



Reenactment Result

Чого побоювався Ентшейн?

- Завдання:
погляньте на цю цитату
- Чого побоювався Енштейн?
- Чи є ці побоювання обгрунтованими?



**Я боюся, що обов'язково настане той день, коли технології перевершать просте людське спілкування.
І тоді світ отримає покоління ідіотів.**

*«Головна проблема
цитат в інтернеті
полягає в тому, що
люди одразу вірять в
їхню справжність»*

Абрахам Лінколн





По той бік новин

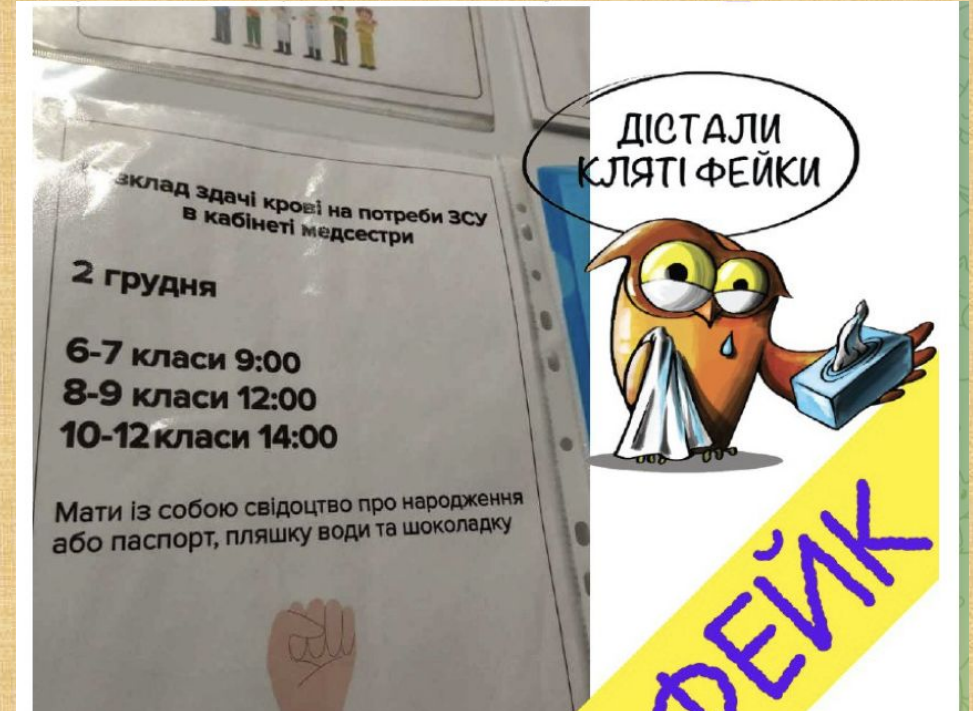
★ Избранное · 3 ч. · 🌐

Російські пропагандисти активно поширюють фейк про те, що «в одній із українських шкіл на Черкащині дітей змушують здавати кров для потреб армії Києва». Такі вкиди майже синхронно почали з'являтися на початку грудня як у російському сегменті соцмереж, так і на різноманітних сайтах-сміттярках.

🚫 «Учні з 6 по 12 класи зобов'язані здати кров для українських військовослужбовців і при цьому їх не забезпечують ні шоколадкою, ні водою. Хоча, цю допомогу донору повинні надавати безкоштовно», — стверджують фейкороби. Такі дописи мають сотні лайків і поширень. Десятки людей у коментарях щиро вірять у цю ахінею.

✓ Це очевидна брехня. Крім російських джерел про це більше ніде не згадується. Самі окупанти посилаються на неназвані «патріотичні телеграм-канали». При чому одні кажуть, що це на Черкащині, інші — що в усіх українських школах.

✓ Такі повідомлення не містять ніякої конкретики: не вказані документи, які могли б свідчити, що в Україні дозволили брати кров у неповнолітніх, на самій світлині з оголошенням немає ні підпису, ні печатки. Таку подробицю може надрукувати хто завгодно навіть без навиків фотошопу.



<https://www.stopfake.org/ru/fejk-v-cherkasskoj-oblasti-donors-kuyu-krov-dlya-vsu-berut-uzhe-u-shkolnikov/>

Чому вся ця «інформація» шириться у Інтернеті?

- Стереотипи
- Віра у друковане слово.
- Відсутність звички перевіряти інформацію.
- Довіра експертам
- Звичка сприймати спрощену та візуалізовану інформацію рідною мовою
- Фейки з триггерами
- Ворожа пропаганда під час війни.
- Апатія до реальності: звичка, що всюди фейки



Чому ми маємо бути медіаграмотними?



- Інформації ЗАБАГАТО
- Вона лунає із РІЗНИХ ДЖЕРЕЛ
- І досить часто - ОДНОЧАСНО
- Інформація надходить до нас ХАОТИЧНО
- Інформаційні потоки розповсюджуються дуже ШВИДКО
- Ми споживаємо інформацію ПОСТІЙНО та ЗАЛЕЖНІ від неї
- Кожен з нас формує свою стрічку новин, свій ІНФОРМАЦІЙНИЙ МІХУР (ізолюваність)
- Інформацією МАНІПУЛЮЮТЬ, щоб повернути до неї увагу
- Та АПЕЛЮЮТЬ ДО ЕМОЦІЙ, щоб споживачі скоріше прийняли «вірне» рішення
- Навала ФЕЙКІВ та ВОРОЖОЇ ПРОПАГАНДИ
- ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА та ІПСО з боку ворога

Підсумуємо:

- У голові середньостатистичної людини зазвичай виникає більше 6 200 думок за один день.
- Ми живемо в епоху інформаційного фастфуду.
- Тож важливо вміти контролювати свій час на споживання інформації і вміти розрізнити корисне для себе.



Що ми маємо робити?

Формувати в себе критичне
мислення та вчитися
медіаграмотності!



Інформування



- Повідомляти
- Сповіщувати
- Інформувати
- Пояснювати
- Надавати факти
- Альтернативні джерела
- Безапеляційно описувати ситуацію
- Дати час на обміркування
- Спокійний, нейтральний тон повідомлення

Пропаганда



- Закликати, нав'язувати
- Емоційний тон та лексика висловлювань
- Надто виразна міміка
- Оцінка
- Залякування
- Музика, контрастні кольори
- Символи, словесна «позолота»
- Апеляція до спогадів
- Наводити кого-небудь у приклад
- Агітація, навіювання
- Контрастні, яскраві кольори
- Повторювати
- Підбір «експертів»

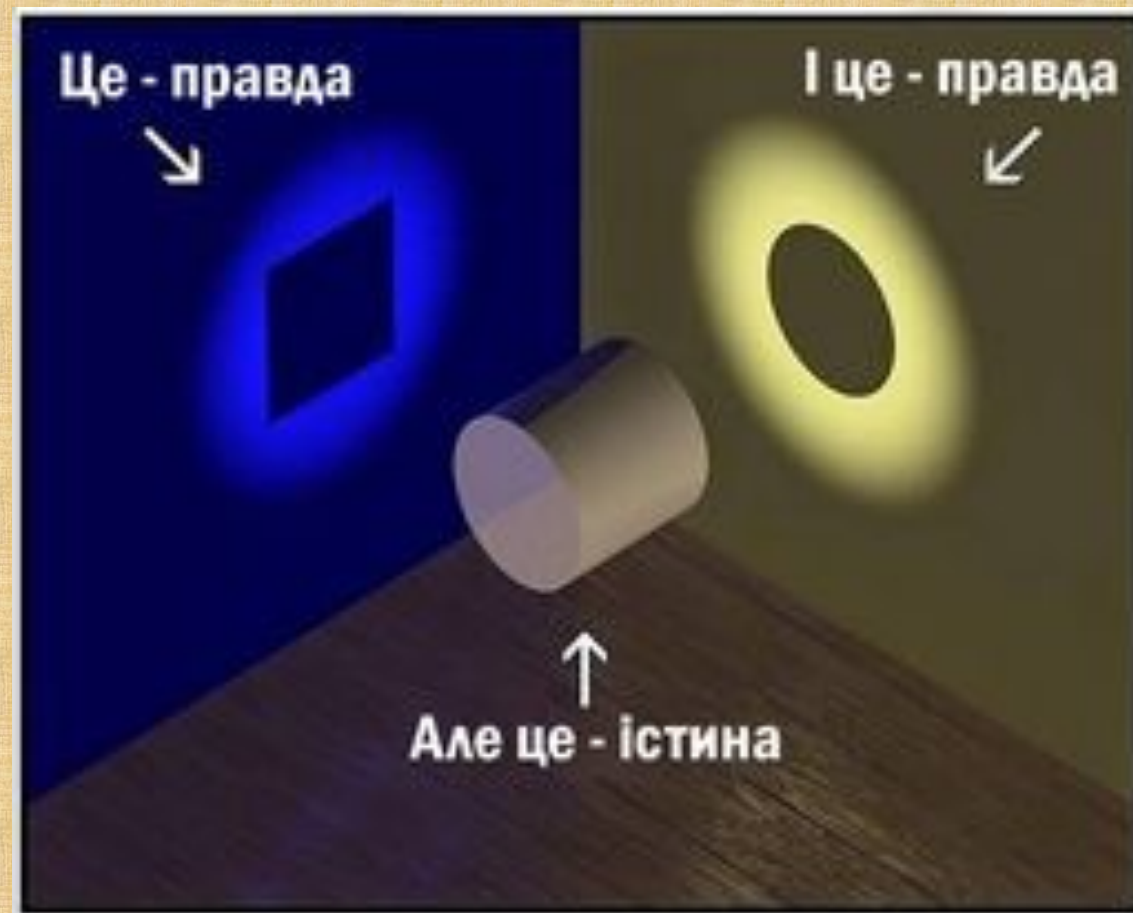
Пропаганда – це вплив та маніпуляція

- Пропаганда є маніпуляцією, причому усвідомленою і навмисною тим, хто цю саму маніпуляцію здійснює.
- Мета: так зманіпулювати інформацією, щоб змінити поведінку аудиторії та спонукати її до певних дій.



Пропаганда – не пропаганда

Пропаганда від непропаганди відрізняється не наявністю/відсутністю емоцій та впливу на людину за допомогою однотипних меседжів, а лише одним: ставленням до істини



Види пропаганди

Чорна пропаганда

Сіра пропаганда

Біла пропаганда



«Сіра» пропаганда, або т.з. Ефект Фогга «підштовхування»

- Надати думкам об'єкту маніпулювання потрібний напрям». «Вбудований меседж»
- Вміле конструювання подій, завдяки яким реципієнт сам робить потрібний висновок (провокація)
- Замість «Ні, я не виний, побудувати щось інше, протилежне звинуваченням»



Джон Фогг

Біла пропаганда

Види:

- соціальна реклама
- Маркетингова реклама
- PR

Основна суть: вона не приховується.
Мотиви та цілі зрозумілі.

Отже, пропаганда у ЗМІ це...

- Медіатекст, який маркерується, як журналістський матеріал і містить приховану рекламу (джинсу)
- Це маніпуляція мета якої є нав'язати чужу (необдуману) для реципієнта точку зору
- Мотиви пропагандиста-маніпулятора є прихованими для реципієнта
- Пропаганда – це частіше є напів-правда
- Пропонує прості рішення складних проблем



Постправда

Термін для характеристики ситуації, коли емоції, викликані ситуацією, більше впливають на формування громадської думки, аніж факти, що лежать в основі ситуації.

Тобто, коли “emotio” бере гору над “ratio”.

(Стів Тесіч, 1992 р.)



Джинса

Джинсою журналісти називають медіаматеріал, який проплачений замовником та містить скриту рекламу.

Фатіка, як метод впливу ЗМІ

Фатіка — це різноманітні засоби, які використовують ЗМІ для привертання уваги та інтересу споживачів інформації.



Клікбейт під час війни


Gazeta.ua

Головна Блоги Відео Фото Економіка Люди Донбас Крим **газета** ПОЛІТИКА **країна** Передплата

Історія Четвер, 28 листопада 2019 13:40

Велика Британія підтримала дії російських військових

Коментувати Роздрукувати



Велика Британія висунула ультиматум Фінляндії 28 листопада 1941-го. Вимагала припинити військові дії проти СРСР до 5 грудня.

Фінські війська виступили на стороні нацистської Німеччини але мали на те власну мотивацію. Ще 30 листопада 1939-го, після відмови фінського уряду від радянських пропозицій про зміну кордонів у Карелії і передачу військово-

Дата **28** листопада
Велика Британія підтримала дії російських військових

Найбільше читають

- Показали епічні фотографії, які доведуть до істеричного сміху **26**
Переглядів: 35326
- Гуска і солдатик: як проводили різдвяні свята німці у 1940 році **18**
Переглядів: 19863
- Які штани випали із моди цієї зими **8**
Переглядів: 16210

Maryna Bezkorovaina
59 хв. ·

Gazeta.ua это вообще что??

Погоня за клікбейтними заголовками щойно вийшла на новий рівень. У стрічці новин бачимо: «Велика Британія підтримала дії російських військових», переходиш за посиланням в там історичний матеріал про другу світову.

Oksana Romaniuk вам в колекцію. Olexsiy Kurka диви

Комісія з журналістської етики

Vodafone UA 3G 13:48
gazeta.ua


Gazeta.ua

Переглянути повну версію

«Велика Британія підтримала російських військових» — новий рівень клікбейту Gazeta.ua

16:16, 28 листопада 2019 4808

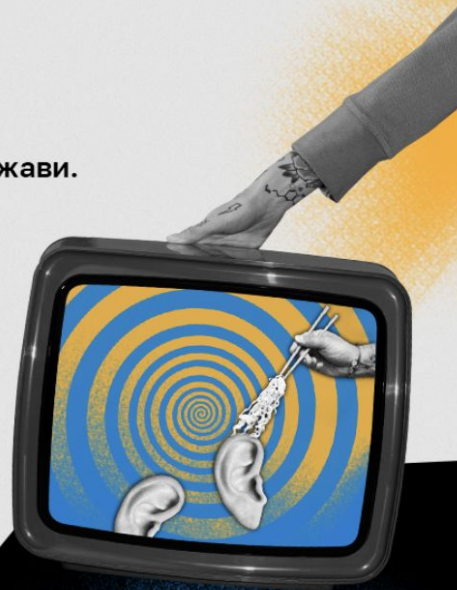
Версія для друку



Клікбейт — зазвичай, заголовок, який змушує користувача інтернету натиснути на нього

ЧОГО ДОМАГАЄТЬСЯ ВОРОГ ЧЕРЕЗ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОПЕРАЦІЇ?

- 1 Дезорієнтувати військових.
- 2 Деморалізувати військових.
- 3 Деморалізувати цивільних.
- 4 Зруйнувати єдину комунікацію держави.
- 5 Викликати паніку.
- 6 Створити колапс в інфпросторі.



ЯК ПРОТИСТОЯТИ ВОРОГУ?

- 1 Не вірте беззастережно.
- 2 Обережно з інтерпретаціями.
- 3 Не вірте переказам.
- 4 Не сьорбайте з брудних джерел.
- 5 Стежте за своєю реакцією.
- 6 Якщо вас це заспокоює - читайте.
- 7 Не будьте бездумними поширювачами.



Які можливі наслідки недостовірної інформації?

ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК



Андрей

Всем !

Для информации!!!

Командир 126 обр ТрО:

Протягом 2-3 діб обов'язково

реагувати на сигнали

"ракетна небезпека",

"повітряна тривога". (Убуття в

бліндаж, сховище тощо).

Очікується масований

ракетний.

Завтра в 4.00 можливий

повномасштабний наступ. Зі

сторони Білорусі ДРГ

просунуться до 15-20 км для

відволікання наших військ.

Будуть здійснюватись ракетні

та авіа удари по всій країні,

бази, ж/д станції, критична

інфраструктура. Основні

зусилля - схід, південь.

Будьте обережні! Передайте

знайомим та рідним.

Информация от Розведки 93

бригады

14:37

ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК ФЕЙК

97

Штучний інтелект та медіаграмотність». Обкладинка «SPIEGEL»

Штучний інтелект створив фейкову обкладинку на замовлення німецького «Шпігеля», на якій стоїть заголовок «Кінець істини».

Стаття присвячена полуправді. І тому, що правду відрізнити від брехні стає все складніше.

Ну, придивіться...

Папа танцює, Грета Тунберг – на літаку, Трамп у в'язниці, а Меркель - на пляжі у халаті.

Тобто, справа не у самому інструменті, а в тому, як люди його використовують.



Як проаналізувати інформацію на об'єктивність?

Задай собі ці питання, якщо не хочеш, щоб твоєю свідомістю скористались!

1 Яка мета цієї інформації?



2 Яке джерело інформації?
Чи не є воно упередженим?



3 Кому вигідна поява цієї інформації?



4 Кому НЕ вигідна поява цієї інформації?



5 Чи не є аргументи маніпулятивними?



7 Хто може бути замовником розповсюдження цієї інформації?



6 Чи наводяться протилежні погляди?



8 До яких наслідків може призвести ця інформація?



Пам'ятайте!

- Будь-яку інформацію можна висвітлити з різних точок зору, з різними акцентами й настановами.
- До 95% всієї інформації, яку ми сприймаємо кожен день, заздалегідь відібрано по чийсь волі та проплачено із чиєїсь кишені.



ДОЛАЙТЕ СТЕРЕОТИПИ!

ШУКАЙТЕ ПЕРШОДЖЕРЕЛО



**ПЕРЕВІРЯЙТЕ ІНФОРМАЦІЮ та
ЗАПОБІГАЙТЕ ЕФЕКТУ
“АПАТІЯ РЕАЛЬНОСТІ”**

Отже, будьмо медіаграмотними та зберігаємо рівновагу





ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!

Наші координати:

Україна, 04060, м. Київ-60,

вул. М. Берлинського, 9

E-mail: gonelena03@gmail.com

Портал бібліотеки: <http://dnpb.gov.ua/ua/>