

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ СПРИЙНЯТТЯ МАНІПУЛЯТИВНОГО МЕДІАКОНТЕНТУ

Тези присвячені дослідженню психологічних механізмів, які впливають на сприйняття маніпулятивного медіаконтенту в сучасному медіапросторі. Проаналізовано основні когнітивні упередження, що зумовлюють вразливість людини до дезінформації, зокрема феномен підтверджувального упередження, ефект повторення та роль емоційного впливу. Окрему увагу приділено значенню авторитету джерела в процесі формування довіри до інформації. Знання цих механізмів є ключовим для розвитку критичного мислення і протидії маніпуляціям у медіа.

Ключові слова: маніпуляція, психологія сприйняття, підтверджувальне упередження, ефект повторення, емоційний вплив, фейки, медіа.

У цифрову епоху, коли людина щодня отримує сотні інформаційних повідомлень, медіа-психологія набуває особливої актуальності. Ми живемо у світі, де швидкість споживання новин нерідко переважає над глибиною їхнього осмислення, а кількість переглядів – над якістю контенту. В умовах воєн, криз, пандемій і політичної нестабільності саме психологічні чинники визначають, які повідомлення залишаються в нашій свідомості, а які – відкидаються. Маніпулятивний контент, побудований з урахуванням цих чинників, часто виявляється ефективнішим за перевірену, нейтральну інформацію.

Проблема ускладнюється тим, що багато когнітивних механізмів, які ми використовуємо для орієнтації в складному інформаційному середовищі, формувалися впродовж тисячоліть як способи виживання. Однак сьогодні вони стають вразливістю – і маніпулятори це добре розуміють. Завданням сучасної журналістики, освіти й громадянського суспільства є вивчити ці механізми, навчитися їх розпізнавати та розвивати навички протидії маніпуляціям, зберігаючи при цьому відкритість до нової інформації, але без втрати критичності. Увага до медіаграмотності та критичного мислення стала не просто елементом освіти, а інструментом інформаційної безпеки, що дозволяє зменшити вплив пропаганди.

У сучасному інформаційному середовищі психологія відіграє вирішальну роль у тому, як люди сприймають новини та повідомлення. Маніпулятивний контент використовує особливості людського мислення, які історично виникли як механізми швидкої оцінки ситуацій. Однак сьогодні ці механізми часто стають вразливістю перед пропагандою та дезінформацією.

Одним із таких когнітивних механізмів є підтверджувальне упередження – тенденція сприймати і запам'ятовувати ту інформацію, яка відповідає нашим уже наявним переконанням, і відкидати дані, що їм суперечать. Медіа активно використовують це явище, створюючи заголовки та сюжети, які «підкріплюють» певні наративи. Така подача інформації не лише підсилює упередженість аудиторії, але й сприяє зміцненню стереотипів, оскільки люди починають формувати уявлення про світ, ґрунтуючись на вибіркових фактах. Згодом це може призводити до того, що критичне мислення зменшується, а опір до альтернативної інформації зростає. Підтверджувальне упередження стимулює емоційну реакцію на новини: чим більше контент «погоджується» з внутрішніми переконаннями людини, тим сильніше вона відчуває правоту власної позиції, навіть коли вона не підкріплена фактами. Це створює сприятливий ґрунт для маніпуляцій, адже глядач або читач вже не шукає істину, а лише підтвердження своїх поглядів [3].

Ще одним психологічним прийомом є ефект ілюзії правди. Згідно з дослідженнями Л. Гашера, Д. Гольдштейна і Т. Топіно, людина частіше вважає твердження правдивим, якщо його чула кілька разів, навіть без належної перевірки фактів [2]. Цей механізм використовується в політичних кампаніях, інформаційних атаках, рекламних стратегіях і сприяє масовому поширенню фейків.

Соціальні мережі, зокрема, сприяють формуванню «інформаційних бульбашок», де користувачі переважно стикаються з контентом, що підтверджує їхні існуючі переконання. Це посилює ефект підтверджувального упередження – схильність шукати та інтерпретувати інформацію таким чином, щоб вона відповідала вже наявним уявленням. Алгоритми платформ, орієнтовані на максимізацію залучення, підсилюють цей ефект, обмежуючи доступ до альтернативних точок зору та сприяючи поляризації суспільства.

Для протидії цим викликам необхідно розвивати медіаграмотність, яка включає не лише технічні навички перевірки фактів, але й усвідомлення власних когнітивних упереджень та емоційних реакцій. Застосування практик критичного мислення та саморефлексії може допомогти зменшити вплив маніпулятивного контенту та сприяти формуванню стійкого інформаційного середовища.

Емоційний вплив також грає критичну роль у процесі маніпуляції. Інформація, яка викликає сильні емоції (страх, гнів, тривогу), має більший шанс бути сприйнятою та запам'ятованою. Саме тому маніпулятивний контент часто зосереджується на кризах, катастрофах або змовах, як це було, наприклад, під час пандемії COVID-19, коли активно поширювалися фейки про небезпеку вакцин [3].

Ще одним важливим фактором є авторитет джерела. Люди довіряють інформації, яка надходить від офіційних осіб або «експертів», навіть якщо їхні твердження не мають доказової бази. Маніпулятори часто навмисно створюють ілюзію авторитетності шляхом використання узагальнених посилок («як стверджують експерти») без вказівки конкретних імен чи джерел.

Іншим важливим аспектом, який посилює маніпулятивний вплив, є використання соціальних доказів. Люди часто орієнтуються на думки інших, щоб прийняти рішення, особливо в умовах невизначеності або обмеженості інформації. Це явище може бути використано маніпуляторами, коли вони створюють враження, що певна точка зору є загальноприйнятою або підтримуваною більшістю. До прикладу, розміщення фальшивих відгуків або вигаданих статистичних даних на популярних платформах або в медіа може вплинути на сприйняття продукту чи події, навіть якщо ці «соціальні докази» не відповідають реальним фактам. Створення враження, що більшість людей погоджуються з певною думкою, може сильно змінити поведінку аудиторії та її сприйняття реальності.

До того ж, ще одним ефективним прийомом є використання контекстуальних маніпуляцій. Це може включати зміну фокусу повідомлення, вибіркове подання інформації або її перебільшення. Наприклад, маніпулятори можуть свідомо оминати важливі факти або деталі, які можуть змінити сприйняття ситуації, або ж, навпаки, значно підкреслити другорядні моменти, щоб вплинути на емоційне ставлення до події чи особи. Такий підхід здатен створити хибне уявлення про події та навіть сформувати нові стереотипи чи міфи.

Тільки через систематичне навчання та підвищення свідомості громадяни зможуть ефективно протистояти маніпуляціям та захистити себе від дезінформації, яка може серйозно вплинути на їхні погляди та рішення.

Успішне функціонування в інформаційному полі сьогодні потребує від людини не лише знань про маніпулятивні технології, а й здатності до метапізнання – усвідомлення власного мислення. Такий підхід дозволяє не просто уникати впливу фейків чи маніпуляцій, а й критично осмислювати інформацію в контексті власного досвіду, переконань і реакцій. Наприклад, дослідження в галузі когнітивної психології показують, що регулярна практика рефлексії значно знижує схильність до впливу дезінформації та підвищує рівень самостійності у прийнятті рішень [4].

Сучасне інформаційне середовище вимагає формування нових цифрових звичок. До них належать не лише обмеження часу на споживання новин чи уникнення інформаційного перенасичення, а й свідомо побудова медіа-раціону: підписка на перевірнені джерела, використання інструментів перевірки фактів тощо. Така інформаційна гігієна не тільки знижує ризик маніпулятивного впливу, а й підвищує загальну стійкість до емоційних тригерів, що часто використовуються в медіа для посилення ефекту впливу [1].

Маніпулятивний контент не тільки апелює до когнітивних упереджень, але й активно використовує сучасні технології для покращення своєї ефективності. Алгоритми штучного інтелекту, які аналізують поведінку користувачів в Інтернеті, здатні створювати персоналізовані повідомлення, що мають ще більшу ймовірність впливу. Ці алгоритми можуть прогнозувати, які теми або навіть емоції найкраще впливають на конкретних користувачів, що робить маніпуляцію ще більш точною і небезпечною для суспільства.

Важливо зазначити, що сприйняття новин сильно залежить від контексту, в якому вони подаються. В умовах політичної чи соціальної напруги навіть нейтральні факти можуть бути інтерпретовані як маніпуляція. Наприклад, використання фреймів – специфічних формулювань, які підсвічують певні аспекти події, створює прихований вплив на аудиторію. Зокрема, повідомлення, яке на перший погляд здається об'єктивним, може стати частиною більш великого нарративу, який впливає на громадську думку. Це явище добре показано в дослідженнях по медіа-фреймінгу, де дослідники доводять, що навіть незначні зміни в подачі новин можуть кардинально змінити сприйняття подій.

Не менш важливим аспектом є розуміння того, як інформація подається в різних медіа. Техніки маніпуляції можуть значно відрізнятись в залежності від платформи – наприклад, телевізійні новини часто орієнтовані на швидкість і емоційний ефект, тоді як в Інтернеті поширення інформації здебільшого відбувається через соціальні мережі та вебсайти, що дозволяє використовувати більше персоналізованих стратегій для залучення уваги. Мережеві платформи здатні створювати контент, що точно співвідноситься з інтересами конкретної аудиторії, що, в свою чергу, посилює ефект когнітивних спотворень і робить його ще небезпечнішим.

Усвідомлення цих психологічних механізмів допомагає зменшити вплив маніпулятивних технологій. Розвиток критичного мислення, регулярна перевірка інформації, уважність до емоційних реакцій та скептичне ставлення до надто емоційних чи часто повторюваних повідомлень є важливими навичками для сучасного медіаспоживача.

Важливо також звертати увагу на власні когнітивні схеми та упередження, які можуть несвідомо впливати на процес оцінки інформації. Людина, яка усвідомлює свої схильності до підтверджувального упередження або ефекту повторення, має більше шансів зберігати об'єктивність і уникати поспішних висновків. Систематичне застосування методів фактчекінгу, перевірки джерел і пошуку альтернативних

точок зору стає не просто корисною практикою, а необхідною умовою інформаційної безпеки в епоху постправди.

Ще одним аспектом є розвиток емоційної стійкості. Маніпулятивний контент часто апелює до базових емоцій, таких як страх, гнів або тривога, оскільки сильні емоції знижують здатність до раціональної оцінки ситуації. Тому вміння зберігати спокій і аналізувати власні емоційні реакції на новини чи повідомлення допомагає протидіяти інформаційним маніпуляціям. Практики критичного самоспостереження, наприклад, аналіз запитань «Чому ця новина викликає в мене таку емоцію?» або «Чи є підстави довіряти цьому джерелу?», сприяють підвищенню медіаграмотності.

У цьому контексті варто говорити не лише про інформованість, а й про інформаційну відповідальність – тобто здатність усвідомлено обирати, що ми читаємо, чим ділимося та як інтерпретуємо отримане. Саме з цього починається формування культури критичного мислення в суспільстві.

Отже, психологічні механізми сприйняття маніпулятивного контенту є не лише вразливими точками для аудиторії, але й потенційними точками зростання. Навчившись розпізнавати і усвідомлювати ці механізми, людина отримує змогу критичніше оцінювати інформаційні потоки, зміцнювати свій інформаційний імунітет і брати активну участь у формуванні стійкого громадянського суспільства.

Більше того, розвиток інформаційної гігієни має відбуватися системно – як на рівні особистості, так і в масштабах освіти, державної політики та діяльності медіа. Успішні приклади такої практики демонструють країни, які впроваджують шкільні курси з медіаграмотності, створюють національні стратегії боротьби з дезінформацією та підтримують незалежні інституції фактчекінгу.

Ефективна протидія маніпулятивному контенту в сучасному інформаційному просторі неможлива без глибокого розуміння психології сприйняття. Вона не лише виявляє точки вразливості, а й окреслює стратегії захисту – як індивідуального, так і колективного рівня. Із розвитком медіаграмотності важливо акцентувати не лише на технічних навичках перевірки фактів, але й на емоційній зрілості, саморефлексії та готовності до свідомого споживання інформації.

Завдяки комплексному підходу, що поєднує когнітивну психологію, емоційний інтелект і критичне мислення, можна формувати нову інформаційну культуру. У ній медіаспоживач виступає не як пасивний реципієнт, а як відповідальний учасник суспільного діалогу. Саме така трансформація дозволить створити середовище, стійке до маніпуляцій і дезінформації, яке сприяє демократичному розвитку й захисту прав людини в глобальному масштабі.

У майбутньому завданням журналістики стане не лише інформування, а й підтримка інформаційної самостійності громадянина – здатності мислити критично, співчувати і водночас не втрачати зв'язку з фактами. Це вимагає не просто змін у змісті медіа, а й нових підходів до етики, мови і форми подачі матеріалів.

References

1. Hilmor D. Mediaktyvnist. Unyknyty efektu ekhokamery. ms.detector.media. Retrieved from: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/9696/2011-05-04-ynyknyty-efektu-ekhokamery/>.
2. Iliuziia pravdy: yak uriatuvatysia vid manipuliatsii. Huxley. Retrieved from: <https://huxley.media/iljuzija-pravdi-jak-uriatuvatisja-vid-manipuljacii/>.
3. Pidtverdzhuvalne uperedzhennia. Krytychne myslennia. Retrieved from: <https://criticalthinkerua.wordpress.com/2020/09/25/pidtverdzhuvalne-uperedzhennia/>.
4. Suchasni doslidzhennia kohnityvnoi psykhoholii. Materialy Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii. 15 travnia 2020 roku. Tsyfrovyi arkhiv Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia» - Tsyfrovyi arkhiv Ostrozkoï akademii. Retrieved from: <https://surl.lu/cazyhg>.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.22

Anastasiia Shuvalova
Anna Soloviova

PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF PERCEIVING MANIPULATIVE MEDIA CONTENT

The thesis is devoted to the study of psychological mechanisms that influence the perception of manipulative content in the modern media space. The author analyzes the main cognitive biases that determine a person's vulnerability to disinformation, including the phenomenon of confirmation bias, the effect of repetition, and the role of emotional influence. Particular attention is paid to the importance of source credibility in the process of forming trust in information. Knowledge of these mechanisms is key to the development of critical thinking and countering manipulation in the media.

Key words: manipulation, psychology of perception, confirmation bias, repetition effect, emotional impact, fakes, media.

Відомості про авторів / Information about the Authors

Шувалова Анастасія, студентка 4 курсу спеціальності журналістика Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: anastasiasuvalova91@gmail.com

Anastasia Shuvalova, 4th year student of journalism Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: anastasiasuvalova91gmail.com

Соловійова Анна, к. політ. наук, доцент кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

Soloviova Anna, PhD in Political Science, Associate Professor of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: soloan2003@gmail.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0524-287X>

© А. Шувалова, А. Соловійова
19.05.2025.

Стаття отримана редакцією

