

Опірський Іван Романович

Національний Університет "Львівська Політехніка", Львів, Україна

ORCID ID: 0000-0002-8461-8996

Олексюк Анна Миколаївна

Національний Університет "Львівська Політехніка", Львів, Україна

ORCID ID: 0009-0002-1364-262X

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ТА НАСЛІДКІВ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМОСТІ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ НА ГРОМАДЯН СТУДЕНТСЬКОГО ВІКУ

Анотація: Актуальність дослідження визначається зростанням ролі цифрового середовища як ключового каналу формування суспільної думки, особливо серед молодіжної аудиторії, що становить найактивніший сегмент користувачів соціальних мереж та онлайн-медіа. В умовах гібридної війни, інформаційної конкуренції та поширення цифрових технологій значно зросла інтенсивність маніпулятивного інформаційного впливу, що здійснюється через різноманітні техніки — від відкритої дезінформації до прихованої когнітивної інженерії. У межах дослідження здійснено комплексний аналіз теоретико-методологічних основ визначення поняття інформаційної маніпуляції в цифровому просторі. Здійснено класифікацію основних форм і методів впливу: фейкові новини, клікбейт-заголовки, маніпуляції візуальним рядом, алгоритмічне просування потрібного контенту, створення ефекту "інформаційної капсули" (filter bubble), цілеспрямоване використання бот-мереж, коментаторських фермерських груп і фейкових акаунтів. Окрема увага приділена психологічним чинникам, що сприяють зниженню критичного сприйняття інформації: когнітивним викривленням (ефект підтвердження, ефект ілюзорної правди, евристика доступності), емоційному впливу повідомлень, соціальному підтвердженню та авторитетності джерел. Досліджено механізми формування довіри до інформації в умовах переважання контентом, інформаційної втоми та зниження когнітивної обробки нових повідомлень. У межах емпіричної частини проведено соціологічне дослідження серед студентської аудиторії вищих навчальних закладів України. Опитування дозволило встановити рівень обізнаності молоді щодо маніпулятивних технік, наявність навичок критичного мислення та вміння ідентифікувати дезінформацію. Результати показали високий рівень довіри до інформації з соціальних мереж, обмежене використання інструментів верифікації джерел, а також вразливість до контенту з яскравим емоційним забарвленням. За підсумками дослідження запропоновано конкретні рекомендації для системи освіти: інтеграція курсів з медіаграмотності та цифрової критики, впровадження тренінгів з розпізнавання маніпулятивних повідомлень, розвиток аналітичного мислення через практичні кейси. Окреслено перспективи міждисциплінарної співпраці фахівців з інформаційної безпеки, психології, журналістики та освіти для формування сталого механізму протидії маніпуляціям у цифровому середовищі. Матеріали роботи мають прикладне значення і можуть використовуватись на рівні освітніх програм, наукових розробок та державної інформаційної політики задля підвищення інформаційної стійкості суспільства.

Ключові слова: інформаційна безпека, соціальні мережі, маніпуляція, емоційний вплив, медіаграмотність, цифрова безпека, когнітивні упередження.

Ivan Oprisky

Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-8461-8996

Anna Oleksiuk

Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

ORCID ID: 0009-0002-1364-262X

RESEARCH ON METHODS AND CONSEQUENCES OF MANIPULATION OF CONSCIOUSNESS THROUGH SOCIAL NETWORKS ON STUDENT AGE CITIZENS

Abstract: The relevance of the study is determined by the growing role of the digital environment as a key channel for shaping public opinion, especially among the youth audience, which constitutes the most active segment of social media and online media users. In the context of hybrid warfare, information competition, and the spread of digital technologies, the intensity of manipulative information influence, carried out through various techniques — from overt disinformation to covert cognitive engineering — has significantly increased. The study conducted a comprehensive analysis of the theoretical and methodological foundations of defining the concept of information manipulation in the digital space. A classification of the main forms and methods of influence has been carried out: fake news, clickbait headlines, visual manipulation, algorithmic promotion of the desired content, creation of the "information capsule" effect (filter bubble), targeted use of bot networks, comment farm groups, and fake accounts. Special attention is paid to psychological factors that contribute to a decrease in critical perception of information: cognitive distortions

(confirmation effect, illusory truth effect, accessibility heuristic), the emotional impact of messages, social confirmation, and the authority of sources. The mechanisms of forming trust in information in conditions of content overload, information fatigue, and reduced cognitive processing of new messages were investigated. As part of the empirical part, a sociological study was conducted among students of higher educational institutions in Ukraine. The survey allowed us to determine the level of awareness of young people regarding manipulative techniques, the availability of critical thinking skills, and the ability to identify disinformation. The results showed a high level of trust in information from social networks, limited use of source verification tools, and vulnerability to content with a bright emotional tone. Based on the results of the study, specific recommendations were proposed for the education system: integration of media literacy and digital criticism courses, implementation of training on recognizing manipulative messages, and development of analytical thinking through practical cases. The prospects for interdisciplinary cooperation between specialists in information security, psychology, journalism, and education are outlined to form a sustainable mechanism for countering manipulation in the digital environment. The materials of the work have applied value and can be used at the level of educational programs, scientific developments, and state information policy to increase the information stability of society.

Keywords: information security, social networks, manipulation, emotional influence, media literacy, digital safety, cognitive biases.

1. Вступ

Цифрова трансформація комунікативних процесів кардинально змінила способи взаємодії людей, передачі інформації та формування соціальної реальності. Одним із центральних інструментів цього процесу стали соціальні мережі, які інтегрувалися в повсякденне життя мільйонів користувачів і перетворилися на головне джерело новин, канал публічної дискусії та платформу для впливу на суспільну свідомість. У таких умовах інформація набуває статусу ресурсу, здатного не лише інформувати, а й формувати, трансформувати та контролювати уявлення користувачів про події, явища й процеси, що відбуваються у світі.

Однією з найуразливіших до інформаційного впливу категорій є молодь, зокрема студенти, які перебувають у процесі активної соціалізації та ще не мають сталих механізмів критичного осмислення інформації. Їхня висока залученість у цифрове середовище, довіра до контенту в соціальних мережах і недостатній рівень медіаграмотності створюють сприятливі умови для впливу маніпулятивного характеру. Водночас особливості роботи соціальних платформ – алгоритмічне таргетування, персоналізована стрічка новин, вірусна природа контенту – сприяють підсиленню емоційної складової сприйняття й знижують здатність до раціонального аналізу повідомлень.

Незважаючи на зростання кількості досліджень, присвячених інформаційному впливу та маніпуляції в цифровому середовищі, у науковому дискурсі досі бракує комплексних міждисциплінарних підходів до вивчення цього явища саме в контексті студентської аудиторії. Переважна більшість робіт зосереджені на загальних аспектах дезінформації, політичного впливу або кібербезпеки, однак мало уваги приділяється дослідженню конкретних механізмів впливу на молодь, виявленню реакцій та наслідків такого впливу для особистісного, когнітивного та поведінкового рівнів.

Особливу актуальність ця проблематика набуває в умовах постправди, інформаційного перенасичення та зростання впливу емоційно забарвлених, але не завжди достовірних повідомлень. Зміщення акценту з перевірених джерел на швидкі та легкі у споживанні меседжі призводить до викривленого сприйняття реальності, зміни ціннісних орієнтацій та зниження здатності до незалежного мислення.

У цьому контексті виникає потреба у вивченні як інструментів впливу, що застосовуються в соціальних мережах, так і в аналізі рівня сприйнятливості студентської молоді до таких впливів. Визначення специфіки цього процесу є важливим для розробки ефективних заходів щодо підвищення медіаграмотності, формування інформаційної стійкості та розвитку критичного мислення серед молоді. Медіаграмотність сприяє розвитку психологічної стійкості до зовнішнього інформаційного впливу [1].

2. Постановка проблеми: У контексті зростаючої ролі соціальних мереж як каналу інформаційного впливу, спостерігається підвищена вразливість студентської молоді до маніпулятивного контенту. Обмежений рівень медіаграмотності ускладнює критичне сприйняття інформації, що створює ризики для формування спотвореного світогляду. Водночас, методи і наслідки такого впливу в межах студентського середовища залишаються недостатньо вивченими.

Значна частина сучасних досліджень зосереджена на вивченні алгоритмів, які регулюють подачу контенту в соціальних мережах. Ці алгоритми формують так звані інформаційні бульбашки, що обмежують користувача в доступі до альтернативних точок зору та поглиблюють поляризацію. Такі умови сприяють підвищеній ефективності маніпулятивного впливу через таргетований контент.

Публікації також акцентують увагу на психологічних механізмах, що лежать в основі цифрової маніпуляції: використання когнітивних спотворень, емоційних тригерів, ефекту повторення та соціального підтвердження. Особливо вразливою вважається молодь студентського віку, яка проводить значну частину часу в соціальних мережах, часто не маючи достатніх навичок критичного мислення для розпізнавання маніпулятивних технік.

Актуальні дослідження включають також аналіз впливу фейкової інформації, візуальної маніпуляції та вірусного контенту на формування громадської думки. Вчені підкреслюють, що користувачі часто не

перевіряють достовірність інформації перед її поширенням, що створює середовище для масового впливу і зміни поведінки.

У публікаціях останніх років також наголошується на необхідності впровадження освітніх програм з медіаграмотності, особливо в навчальних закладах, як інструменту протидії маніпуляціям. Емпіричні дослідження демонструють, що підвищення рівня медіаграмотності знижує ймовірність потрапляння під вплив маніпулятивного контенту.

Таким чином, наявні наукові розвідки підтверджують актуальність та багатогранність проблеми впливу соціальних мереж на свідомість молоді. Проблематика вимагає подальшого вивчення, зокрема з урахуванням динамічних змін у цифровому середовищі та розвитку технологій штучного інтелекту в медіаіндустрії.

Мета: Розробити обґрунтовані підходи до виявлення і протидії інформаційним маніпуляціям у соціальних мережах як елементам деструктивного впливу на інформаційний простір та кібербезпеку молодіжної аудиторії.

3. Аналіз останніх досліджень і публікацій:

Останні дослідження свідчать про те, що сучасні соціальні мережі формують у молоді комплексну когнітивно-емоційну та фізіологічну реакцію, яка створює довготривалі ризики для їхнього психічного здоров'я. З одного боку, підлітки, які проводять у соцмережах понад три години щодня, демонструють стійке зниження самооцінки та зростання рівня тривожності, що підтверджує робота Гречановської О. В., Мегем О. М. та Потапюк Л. М. "Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді" (2023). [10] Візуальні порівняння з ідеалізованими образами в стрічках новин, постійний потік повідомлень із соцмереж та алгоритмічно змодельовані інформаційні воронки глибоко підривають почуття власної гідності, змушуючи користувачів мимоволі фокусуватися на дефіцитах і помітних відхиленнях від «успішного» образу, нав'язаного платформами.

Паралельно з цим дослідження Усенка С. Г. та Ммоквелу М. Ч. (2023) "Аналіз впливу соціальних мереж на емоційний стан людини" [11] вказує на те, що затяжні цифрові сесії — понад чотири години на добу — породжують у молоді стійке «цифрове вигорання». Цей стан проявляється не лише хронічною втомою, а й підвищенням рівня стресу, порушеннями сну та істотним падінням мотивації до навчання чи соціальної активності. Хронічний стрес, викликаний постійним інформаційним тиском і напругою, призводить до викиду кортизолу, що знижує здатність до концентрації та критичного мислення, а порушений режим сну поглиблює втому й послаблює психічні ресурси організму.

Поєднання цих двох ефектів — психологічного послаблення через зниження самооцінки та емоційної дисрегуляції з одного боку й фізіологічного виснаження через стресові реакції та порушення сну з іншого — створює замкнене коло, в якому молоді користувачі дедалі більше залежать від платформи, але водночас дедалі більше піддаються внутрішнім кризам. Це не просто тимчасова перевантаженість — це хронотопічна динаміка, коли цифрова взаємодія стає головним чинником у формуванні власної самооцінки й життєвої мотивації, суттєво зменшуючи дистанцію між віртуальним і реальним досвідом.

З огляду на ці дані, стає очевидним, що політика платформ та освітні програми повинні включати не лише механізми захисту від кібертравм, а й активні стратегії розвитку цифрової стійкості. Підліткам варто надавати інструменти усвідомленого споживання контенту, практики цифрової гігієни та навички емоційної регуляції, щоб знизити негативний вплив алгоритмічних стрічок новин і водночас підтримувати здоровий баланс між онлайн-активністю і офлайн-життям. Такий підхід здатен розірвати порочне коло цифрового вигорання і надмірного порівняння, повернувши молоді автономію в управлінні власною психоемоційною сферою.

Завдання:

1. Визначити специфіку сприйняття маніпулятивного контенту студентською молоддю залежно від їхніх медіаповедінкових моделей.
2. Провести емпіричне опитування з метою виявлення рівня критичного ставлення до інформації серед молоді.
3. Розробити практичні рекомендації для зниження вразливості молоді до інформаційних маніпуляцій на рівні освіти й особистої медіастратегії.

4. Теоретичні основи маніпуляції у соціальних мережах.

4.1. Поняття маніпуляції свідомості

Маніпуляція свідомістю — це складний соціально-психологічний процес, що полягає у прихованому впливі на мислення, емоції та поведінку людини з метою зміни її сприйняття реальності або спонукання до прийняття рішень, які вигідні маніпулятору. Головною особливістю маніпуляції є те, що вона здійснюється непрямо, непомітним способом, зазвичай без усвідомлення об'єктом впливу факту зовнішнього втручання.

Цей феномен базується на використанні глибинних психологічних механізмів, зокрема когнітивних викривлень (як-от ефект підтвердження), емоційного навантаження (через страх, тривогу, співчуття тощо) та соціального тиску (авторитет, групові норми, мода). Такі засоби дозволяють маніпулятору змінювати установи, переконання, цінності та поведінкові стратегії особи або групи осіб без прямого примусу. Хомський підкреслює, що медіа можуть не лише передавати факти, але й формувати масову згоду через контроль над порядком денним [2].

Маніпуляція свідомістю може мати як індивідуальний, так і масовий характер. У контексті масової комунікації, зокрема в цифрову епоху, особливу небезпеку становить маніпуляція через соціальні мережі. Сучасні алгоритми підбору контенту формують персоналізовані інформаційні простори, які здатні підсилювати

окремі наративи, нав'язувати певні оцінки подій, виключати альтернативні точки зору. Таким чином, формується інформаційне середовище, у якому користувач часто не має змоги критично осмислювати отриману інформацію, опиняючись у стані когнітивного комфорту, але ізольованості — так званій інформаційній бульбашці.

Таким чином, поняття маніпуляції свідомістю охоплює цілеспрямовану, приховану діяльність, що має на меті контроль над сприйняттям, рішеннями та діями індивідів через вплив на їхню свідомість, підсвідомість та емоційні реакції. Розуміння механізмів маніпуляції є необхідною умовою формування критичного мислення, інформаційної гігієни та стійкості до психологічного впливу в умовах інформаційного суспільства.

4.2. Основні методи маніпуляції

У контексті цифрового простору, зокрема соціальних мереж, маніпулятивні технології набувають нових форм і масштабів. Розглянемо основні методи маніпуляції свідомістю через соціальні мережі (Рис. 1).



Рис.1. Основні способи маніпуляцією

1. Фейкові новини (дезінформація).

Це умисне поширення неправдивої, викривленої або маніпулятивно поданої інформації, яка має на меті сформувати у споживача викривлене уявлення про події, явища чи осіб. Такий контент часто має емоційне забарвлення, сенсаційні заголовки або викликає сильну реакцію (страх, гнів, обурення). Основною метою є вплив на громадську думку, дискредитація політичних опонентів, підрив довіри до офіційних джерел або мобілізація певних груп населення. Під час пандемії COVID-19 соцмережі стали джерелом не лише новин, а й масових дезінформаційних кампаній [16].

2. Алгоритмічне підштовхування (algorithmic nudging).

Це використання алгоритмів платформ соціальних мереж для селективної подачі контенту, що формує певний інформаційний порядок денний для кожного користувача. Алгоритмічне підштовхування до емоційно насиченого контенту призводить до формування радикальніших поглядів [11]. Алгоритми оптимізуються під максимальне утримання уваги, тому перевага надається контенту, що викликає інтенсивні емоції або активність. У результаті користувачі частіше взаємодіють з матеріалами, які підтверджують їхні погляди, навіть якщо інформація є викривленою чи неправдивою.

3. Інформаційні бульбашки (filter bubbles).

Використання алгоритмічних рекомендацій платформ формує інформаційні «бульбашки» і зміцнює ефект підтвердження [4]. Цей метод полягає в ізоляції користувача в межах персоналізованого інформаційного середовища, де майже повністю відсутні альтернативні точки зору. Такий ефект досягається за рахунок автоматизованих систем, які показують тільки той контент, що відповідає попереднім діям користувача: вподобанням, пошуковим запитам, підпискам. Унаслідок цього формується спотворене уявлення про реальність і посилюється поляризація думок.

4. Соціальний доказ і ефект популярності (social proof, hype).

Цей механізм ґрунтується на когнітивній схильності людей довіряти інформації, яка отримала підтримку від великої кількості інших користувачів. Масова кількість лайків, коментарів чи репостів створює ілюзію істинності або значущості певного повідомлення, незалежно від його фактичної достовірності. Цей ефект активно використовується для просування контенту з політичним, комерційним або ідеологічним навантаженням.

5. Маніпуляція через ботів та тролів.

Йдеться про систематичне використання автоматизованих акаунтів (ботів) і спеціально навчених користувачів (тролів) для штучного розповсюдження певних меседжів, формування ілюзії громадської підтримки або нав'язування дискусій у коментарях. Ці інструменти активно застосовуються в інформаційних війнах, політичних кампаніях і під час масштабних соціальних конфліктів. Наприклад, ботоферми здатні створювати враження масової згоди або обурення, впливаючи на поведінку реальних користувачів.

Для наочного представлення особливостей маніпулятивного впливу в цифровому середовищі нижче подано порівняльну таблицю соціальних мереж, типів їхніх користувачів та характерних механізмів впливу на свідомість (Табл. 1).

4.3. Соціальні мережі як середовище для маніпуляцій

За таблицею 1 можна зробити висновок, що саме соціальні мережі є основним джерелом маніпуляцій через високу популярність їх використання. За даними дослідження Pew Research Center, молодь у США здебільшого споживає новини через соцмережі, що підвищує ризик дезінформації [3]. Цифрова природа соціальних мереж

створює унікальні умови для реалізації маніпулятивних стратегій, які значно ефективніші, ніж у традиційних засобах масової інформації. Основною рисою таких платформ є їхня здатність інтегрувати персональні дані користувачів у механізми поширення інформації, що дозволяє маніпуляторам застосовувати таргетований вплив — тобто орієнтувати повідомлення не на абстрактну аудиторію, а на конкретні психологічні профілі.

Таблиця 1

Вплив на користувачів через соцмержі

Соціальна мережа	Тип користувачів	Впливи
Facebook	Доросла аудиторія, політично активні громадяни	Формування інформаційних бульбашок, поширення фейкових новин, маніпуляції через ботоферми в коментарях політичного контенту.
Instagram	Молодь, інфлюенсери, візуально орієнтовані користувачі	Емоційний вплив через візуальні образи, популяризація наративів через ефект хайпу та соціального доказу, викривлення реальності через тренди.
Twitter (X)	Журналісти, політики, експерти, активісти	Швидке поширення маніпулятивних повідомлень, формування трендів через боти, політизація дискурсів, ехо-камери.
TikTok	Підлітки, молодь, креатори короткого контенту	Вірусне поширення дезінформації, маніпуляція через популярні звуки/відео, сильний емоційний та імпульсивний вплив через короткий формат.
YouTube	Різновікова аудиторія, споживачі довшого відео	Довготривалий вплив через відео з викривленою інформацією, алгоритмічне підштовхування до радикального контенту, маніпуляції через "авторитетів".

Окрім швидкості розповсюдження, важливою особливістю є деструктурованість інформаційного простору. Соціальні мережі не мають ієрархії джерел — новини від офіційного ЗМІ і фейковий допис анонімного профілю мають однакові візуальні ознаки достовірності. У поєднанні з візуально привабливим або провокаційним оформленням це дозволяє низькоякісному або маніпулятивному контенту отримувати високий рівень охоплення.

Також соціальні мережі створюють умови для само зміцнення наративів — чим більше певна думка поширюється, тим легше вона сприймається як норма. Це підтримується системами рекомендаційного контенту, які закріплюють когнітивну інерцію: користувачі з високою імовірністю взаємодіють із контентом, подібним до того, з яким вони вже погоджувалися.

Крім цього, важливим є відсутність редакційної відповідальності. На відміну від класичних медіа, де є редакційна політика та стандарти перевірки фактів, більшість соцмереж покладає відповідальність за контент на самих користувачів. Це створює умови для масштабного неконтрольованого поширення маніпуляцій, особливо під час кризових подій — виборів, воєн, епідемій тощо.

Окремої уваги заслуговує гейміфікація взаємодії з контентом: лайки, шери, коментарі та візуальні індикатори популярності перетворюють поширення інформації на елемент соціального змагання. В таких умовах користувачі інтуїтивно віддають перевагу контенту, який здатен зібрати більше реакцій, нехтуючи перевіркою його правдивості.

4.4. Психологічні аспекти сприйняття інформації у соцмережах

Сприйняття інформації у соціальних мережах детерміноване низкою психологічних ефектів, які формують упереджене, емоційно забарвлене або неусвідомлене ставлення до контенту. Ці механізми активно експлуатуються у процесах маніпуляції, оскільки діють на підсвідомому рівні та сприяють спрощенню когнітивної обробки інформації. Чалдіні у своїх працях докладно пояснив принципи впливу — авторитет, соціальний доказ, дефіцит і повторення [5].

Ефект підтвердження (confirmation bias) є одним із ключових чинників, що визначають, як користувач сприймає повідомлення. Люди мають природну схильність звертати увагу на інформацію, яка узгоджується з їхніми вже сформованими поглядами, і водночас ігнорувати або піддавати сумніву протилежну. Соціальні мережі підсилюють цей ефект за рахунок персоналізованих стрічок, де більшість контенту відповідає уподобанням користувача. У результаті формується ілюзія об'єктивної істини, яка фактично є лише підтвердженням суб'єктивної думки.

Емоційне зараження — ще один важливий психологічний аспект. Користувачі схильні "заражатися" емоціями, що передаються через тексти, відео або зображення. Контент, який викликає гнів, страх або співчуття, поширюється швидше, оскільки викликає сильні реакції. Це дозволяє маніпуляторам досягати значного

охоплення, не через логіку чи аргументацію, а через емоційне напруження. У роботах Захарової О. проаналізовано емоційне зараження як чинник поширення недостовірної інформації [15].

Таблиця 2

Порівняльна таблиця психологічних аспектів впливу у соціальних мережах

Психологічний ефект	Суть ефекту	Як проявляється в соцмережах	Роль у маніпуляції
Ефект підтвердження	Людина схильна сприймати лише ту інформацію, що підтверджує її погляди	Алгоритми формують стрічку новин відповідно до вподобань користувача, виключаючи альтернативні думки	Створюється ілюзія об'єктивності, посилюється поляризація поглядів
Емоційне зараження	Передача емоцій від одного користувача до іншого через контент	Широке поширення постів, що викликають гнів, страх або співчуття (емоційні відео, меми, тексти)	Активується нерациональна поведінка, знижується критичність мислення
Ефект групового мислення	Людина приймає точку зору більшості, щоб уникнути соціального осуду	Вплив кількості лайків, коментарів, популярних трендів; боязнь «виділитись»	Формується конформізм, ускладнюється вираження власної позиції
Когнітивне перевантаження	Перенасичення інформацією знижує здатність до критичного аналізу	Швидке гортання стрічки; оцінка повідомлень за заголовком, зображенням, популярністю	Використовується поверхневе мислення, зростає ефективність маніпулятивних технік
Ефект авторитету	Сприйняття інформації як істинної через авторитет джерела	Довіра до інфлюенсерів, селебріті, блогерів; відсутність перевірки фактів, якщо контент подано «відомою особою»	Маніпуляція через фальшиві чи односторонні послання «від імені» авторитетних фігур

Ефект групового мислення (groupthink) проявляється у ситуаціях, коли людина приймає точку зору більшості, навіть якщо вона суперечить особистим переконанням. Це відбувається через прагнення уникнути соціального конфлікту або ізоляції. У соціальних мережах, де реакції на контент є публічними (коментарі, лайки, репости), цей ефект посилюється: користувач може відчувати тиск відповідати "соціальній нормі", представлений цифровим натовпом.

Когнітивне перевантаження — ще один фактор, що знижує критичність сприйняття. В умовах постійного інформаційного потоку мозок людини починає фільтрувати вхідні повідомлення автоматично, покладаючись на простіші критерії оцінки (заголовок, зображення, кількість вподобань), а не на зміст. Це створює сприятливе середовище для впливу маніпулятивних повідомлень, які розраховані на поверхневе сприйняття.

Ефект авторитету також відіграє значну роль: інформація, поширена відомими особами (інфлюенсерами, лідерами думок), сприймається як апіорі достовірна, навіть без перевірки. Це дозволяє маніпуляторам використовувати образ «авторитетного носія» як канал для донесення спотвореного або емоційно навантаженого контенту.

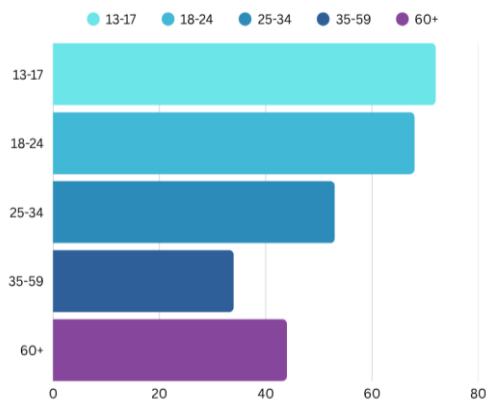


Рис.2. Рівень вразливості до маніпуляцій у соцмережах за віковими групами (у %)

Отже, соціальні мережі не лише відображають уподобання користувачів, а й активно формують їх через психологічні механізми. Розуміння цих процесів є необхідною умовою для формування медіаграмотності та опору маніпулятивним технологіям. Нижче наведено порівняльну таблицю психологічних аспектів (Табл. 2).

5. Наслідки маніпуляцій у соціальних мережах.

У сучасному цифровому середовищі маніпулятивні технології, що застосовуються у соціальних мережах, стали не просто інструментом впливу, а комплексним фактором, що визначає динаміку змін у соціумі, психології користувачів, механізмах формування громадської думки та загальному рівні інформаційної безпеки. Розглянемо ключові наслідки цифрових маніпуляцій у повсякденному контексті, зокрема серед молоді як найбільш активної та вразливої аудиторії соціальних мереж (Рис. 2).

Розглянемо існуючі впливи на свідомість людини:

- Деформація сприйняття реальності.

Під впливом фейкових новин, гіперемоційного контенту та алгоритмічно підібраних інформаційних потоків у користувача формується викривлене уявлення про дійсність. Це сприйняття часто ґрунтується не на фактах, а на повторюваних наративах, що апелюють до емоцій, підтверджують упередження та підсилюють стереотипи.

З часом це призводить до формування альтернативної картини світу, у якій переважають сенсаційність, зрада, катастрофічність або, навпаки, утопічність певних ідей. У пересічного користувача знижується рівень довіри до об'єктивних джерел, виникає відчуття дезорієнтації в інформаційному просторі. Деформація сприйняття є особливо небезпечною в контексті освітнього процесу та розвитку критичного мислення в молодіжному середовищі.

- Поляризація суспільства

Інформаційна поляризація виникає тоді, коли користувачі взаємодіють виключно з контентом, що відповідає їхнім поглядам і цінностям. Алгоритми соціальних мереж посилюють цю ізоляцію, формуючи замкнені інформаційні середовища, в яких альтернативні думки майже не потрапляють у поле зору користувача.

Результатом є посилення упереджень, ріст агресії в онлайн-дискусіях і зменшення здатності до порозуміння. Суспільство починає функціонувати як набір паралельних інформаційних спільнот, між якими зникає діалог. Це послаблює соціальну єдність, ускладнює спільне ухвалення рішень і сприяє конфліктності в повсякденному житті.

- Зниження довіри до інституцій

Цілеспрямоване поширення дезінформації часто має на меті підірвати довіру до соціальних, освітніх, медичних та інших інституцій. Формується образ інституцій як неефективних, корумпованих або некомпетентних. Це може призводити до ігнорування офіційних рекомендацій, зневаги до законодавства та відчуження від суспільно важливих процесів.

На індивідуальному рівні втрата довіри сприяє відчуттю безсилля, соціальній апатії, ухиленню від участі у виборах, громадських ініціативах або освітніх програмах. У студентському середовищі це може проявлятися у недовірі до викладачів, навчальних матеріалів або самих засад академічної доброчесності.

- Психологічне навантаження та емоційна дестабілізація

Постійне споживання емоційно навантаженого контенту призводить до перевантаження нервової системи. Користувач постійно перебуває в стані збудження, обурення, тривоги або зневіри. Це особливо характерно для форматів новинних стрічок, які автоматично оновлюються та нав'язують перегляд контенту без можливості контролю обсягу й характеру інформації. Психологічне перевантаження, викликане надлишком цифрової інформації, послаблює здатність до глибокого осмислення контенту [9]. Дослідження інформаційного споживання показує, що короткий відеоформат (TikTok, Reels) знижує глибину сприйняття [14].

Наслідками стають: зниження концентрації уваги, погіршення сну, емоційне вигорання, зменшення емпатії. У молодіжному середовищі також спостерігаються зниження мотивації до навчання, тривожність, уникнення соціальних контактів. Ці стани ускладнюють соціальну адаптацію та можуть призводити до розладів психічного здоров'я.

- Маніпуляції як інструмент масової поведінки

Маніпулятивний контент здатен запускати хвилі колективної поведінки, яка не завжди є раціональною. Завдяки ефекту соціального доказу, користувачі схильні повторювати дії, що демонструють інші, не усвідомлюючи реальних мотивів або наслідків. Це може проявлятися у флешмобах, масових бойкотах, панічних настроях, фінансових спекуляціях (наприклад, скупівля певних товарів), розповсюдженні чуток або деструктивних ідей.

Такі процеси можуть виникати спонтанно, але часто ними керують шляхом поширення спеціально підготовленого контенту. У підсумку формується середовище, у якому окрема особа втрачає здатність мислити самостійно та діє відповідно до очікувань групи або штучно створеної більшості.

- Загрози кібербезпеці

Маніпулятивний контент часто супроводжується спробами отримати дані користувача, вплинути на його поведінку або втягнути в небезпечні цифрові взаємодії. Це включає фішингові повідомлення, запити на реєстрацію на підозрілих сайтах, участь у «вірусних» тестах, розповсюдження шкідливого ПЗ через посилання у коментарях або повідомленнях.

Особливо небезпечним є вплив на поведінкові шаблони користувача. Якщо особа звикає довіряти незнайомим акаунтам, відкривати будь-які посилання або відповідати на провокативні запитання, це значно підвищує ризик кіберзлочинності. У контексті кібергігієни молоді це є серйозним викликом для освітніх і просвітницьких програм.

- Ослаблення цифрової гігієни та інформаційної самостійності

Звичка до споживання готових інформаційних продуктів, відео-реакцій, коротких кліпів і заголовків знижує інтелектуальну активність користувача. Людина рідше звертається до першоджерел, не перевіряє факти, а сприймає контент поверхнево, емоційно, без критичного осмислення.

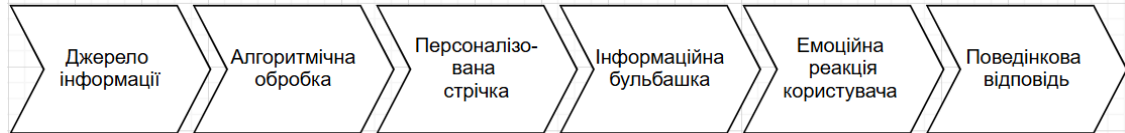


Рис.3. Механізм цифрової маніпуляції у соціальних мережах

Зникає потреба у пошуку глибших смислів або альтернативних точок зору. У результаті користувач стає більш вразливим до маніпуляцій, а його інформаційне мислення — фрагментованим і залежним. Ослаблення цифрової гігієни формує покоління користувачів, що діють імпульсивно, без стратегії, не здатні до стійкого інформаційного самозахисту.

1. Джерело інформації: маніпулятивне повідомлення, сенсаційний заголовок, псевдоновина або емоційно забарвлений пост

2. Алгоритмічна обробка: визначає, що контент «чіпляє», просуває емоційний, вірусний матеріал, піднімає рейтинг новини на основі лайків, часу перегляду.

3. Персоналізована стрічка: користувач бачить контент, подібний до вже вподобаного; альтернативні погляди — приховані.

4. Інформаційна бульбашка: користувач отримує лише ту інформацію, яка відповідає його переконанням; підсилюється впевненість у «власній правоті».

5. Емоційна реакція користувача: гнів, обурення, страх або збудження; зниження критичності мислення.

6. Поведінкова відповідь: поширення (репост, комент, лайк); зміна поглядів або вчинків; нав'язування цієї думки іншим.

7. Опитування для студентів про маніпуляції у соцмережах.

Методи дослідження: теоретичні: логічний, змістовий та порівняльний аналіз, систематизація й узагальнення теоретичних і експериментальних даних; емпіричні: анкетування (розроблена анкета «Маніпуляції у соцмережах»); статистичні: методи кількісного та якісного узагальнення емпіричних даних.

Практична частина дослідження присвячена вивченню впливу маніпулятивного контенту в соціальних мережах на свідомість студентської молоді. З метою виявлення рівня усвідомлення інформаційних маніпуляцій, їх впливу на поведінку, а також сприйняття студентами ключових психологічних ефектів, які використовуються у процесі маніпуляції, було проведено анонімне онлайн-опитування.

Дослідження мало на меті:

- визначити, якими соціальними мережами найактивніше користуються студенти;
- з'ясувати, наскільки критично вони ставляться до інформації, яку споживають; виявити, чи помічають вони маніпулятивні техніки та які саме форми маніпуляцій вважають найбільш поширеними;
- оцінити, наскільки емоційний вплив контенту та соціальний тиск впливають на зміну думок;
- отримати якісні відповіді щодо особистого досвіду маніпуляції у соцмережах.

Вкажіть ваш вік:
52 відповіді

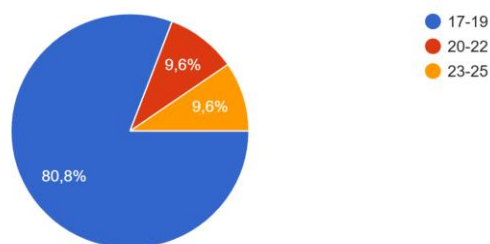


Рис.4. Вік респондентів

6.1 Аналіз результатів опитування

1. Вік респондентів (Рис. 4)

Опитування проводилось лише серед громадян студентського віку, тому серед варіантів відповідей вибірка 17-25 років. Вік є важливим фактором, який впливає на особливості користування соціальними

мережами, ступінь вразливості до інформаційних впливів та рівень медіаграмотності. Особливо актуальною є молодь віком 17–25 років, яка становить активне ядро користувачів цифрового простору.

Отже, абсолютну більшість учасників опитування (понад три чверті) становлять студенти віком 17–19 років. Це, з одного боку, забезпечує актуальність вибірки для аналізу цифрової поведінки найбільш активної аудиторії соцмереж, з іншого — вимагає врахування вікових особливостей сприйняття інформації. Респонденти цієї вікової категорії, як правило, більш емоційно реагують на контент, частіше використовують візуальні платформи й можуть бути більш схильними до впливу популярних трендів та думок лідерів громадської думки. [12]

2. Якими соціальними мережами студенти користуються найчастіше та скільки часу на день там проводять?

Telegram — 88,5% опитаних зазначили його як одну з основних платформ для щоденного використання. Це вказує на високу довіру до месенджера як каналу оперативного отримання інформації, зокрема новинного контенту.

Instagram — 80,8% респондентів регулярно користуються цією платформою, що демонструє її важливу роль у візуальному контенті, персональному брендингу та емоційній взаємодії.

YouTube — 46,2% використовують цю мережу, що свідчить про зацікавленість у відеоконтенті, освітніх матеріалах та розважальному сегменті.

TikTok — 44,2% опитаних зазначили цю мережу як одну з найчастіших у користуванні. Це підкреслює зростаючий вплив коротких відеоформатів та алгоритмічного контенту на молодіжну аудиторію.

Facebook — 19,2% респондентів назвали його серед своїх регулярних соцмереж. Це порівняно низьке значення може свідчити про зниження популярності платформи серед молоді, яка дедалі частіше обирає більш динамічні й персоналізовані формати комунікації.

Щодо часу, який студенти щоденно проводять у соціальних мережах: 65,4% проводять у соцмережах від 1 до 3 годин щодня; 25% — від 4 до 6 годин; 7,7% — понад 6 годин на день;

Лише 1,9% користуються ними менше однієї години.

Аналіз отриманих відповідей свідчить про високу залученість студентської молоді у цифрове середовище, зокрема в контексті щоденного користування соціальними мережами. Найбільш популярними серед респондентів виявилися Telegram (88,5%) та Instagram (80,8%), що пояснюється, з одного боку, прагненням до оперативного інформування та комунікації (у випадку з Telegram), а з іншого — орієнтацією на візуальний контент, самопрезентацію та емоційне спілкування (Instagram). Також значна частка студентів використовує YouTube (46,2%) та TikTok (44,2%), що вказує на популярність відеоформатів та коротких інтерактивних роликів, які швидко привертають увагу. Натомість Facebook втрачає актуальність серед молоді — лише 19,2% респондентів зазначили його як часто використовуваний.

З цими даними тісно пов'язане питання про тривалість щоденного перебування у соціальних мережах. Переважна більшість студентів проводить у них від 1 до 3 годин на день (65,4%), ще 25% — від 4 до 6 годин, а 7,7% — понад 6 годин щоденно. Це означає, що майже третина опитаних проводить у соцмережах більше чотирьох годин щодня, що вже може свідчити про формування цифрової залежності або, принаймні, про значну інформаційно-комунікаційну залежність від віртуального середовища.

Як часто ви перевіряєте достовірність інформації, яку бачите в соцмережах?
52 відповіді

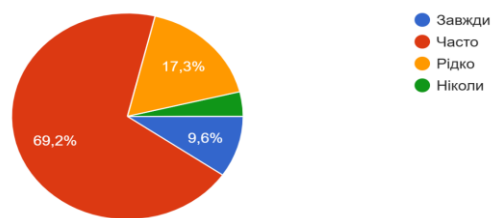


Рис.5. Результат опитування щодо фактчекінгу

Такий високий рівень залученості створює сприятливе середовище для інформаційного впливу та маніпуляцій, адже часте і тривале користування соціальними мережами:

- Знижує рівень критичного мислення, особливо в умовах когнітивного перевантаження;
- Підсилює дію психологічних механізмів (ефект підтвердження, емоційне зараження, групове мислення тощо);
- Формує звичку до споживання інформації у стислій, спрощеній або емоційно забарвленій формі, що знижує уважність до джерела та змісту;
- Підвищує довіру до інфлюенсерів та «авторитетних» джерел, навіть за відсутності фактологічної перевірки. [17]

3. Як часто студенти перевіряють достовірність інформації, яку бачать в соцмережах та чи перевіряють перед тим, як повірити або поширити (Рис. 5-6)?

Чи перевіряєте ви інформацію, перш ніж їй повірити або поширити?
52 відповіді

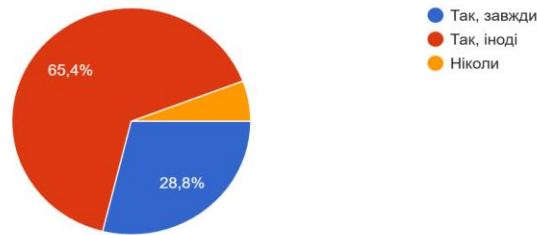


Рис.6. Результат опитування щодо репостів

Обидва питання фокусуються на критичному підході до інформації в соціальних мережах, проте розкривають його з різних кутів:

- Понад дві третини студентів зазначають, що *часто* (69,2%) або *завжди* (9,6%) перевіряють достовірність інформації, яку споживають.
- Але коли йдеться про дію перед тим, як повірити або поширити інформації, таких усвідомлених користувачів менше: *тільки* 28,8% респондентів завжди перевіряють її.
- Також помітна частка студентів, які або *рідко* перевіряють інформацію (17,3%), або *ніколи* цього не роблять (відповідно 3,9% за першим питанням і 5,8% за другим).

Емпіричне дослідження показало, що більшість студентів не перевіряють інформацію перед поширенням, навіть усвідомлюючи ризики [10]. Переважна більшість опитаних вважає, що перевіряє інформацію хоча б періодично, однак лише третина демонструє послідовну та стійку практику критичного ставлення до контенту, який споживає і поширює.

Також тривожним є той факт, що до 10% опитаних (в обох питаннях) або ніколи не перевіряють інформацію, або роблять це надзвичайно рідко. Це створює ризик масового поширення дезінформації, особливо у середовищі, де соцмережі є головним джерелом новин.

Важливо також враховувати психологічні й поведінкові аспекти: навіть якщо користувач зазначає готовність перевіряти інформацію, у реальному інформаційному потоці він часто діє інтуїтивно, емоційно чи під впливом алгоритмів платформи.

Саме тому результати підкреслюють потребу в системній роботі над розвитком медіаграмотності серед студентської молоді. Без розвитку критичного ставлення до цифрового контенту молоді люди залишаються вразливими до маніпуляцій, фейкових новин та інформаційних атак. Отже, ці навички — не просто корисні, а необхідні в умовах сучасного інформаційного суспільства.

4. Чи траплялось студентам ділитися інформацією, яка виявилася фейковою або маніпулятивною (Рис. 7)? Чи беруть участь в онлайн-активізмі (наприклад, підписання петицій, репости політичного контенту)?

Чи траплялось вам ділитися інформацією, яка виявилася фейковою або маніпулятивною?
52 відповіді

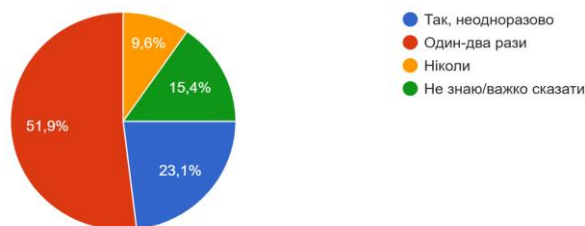


Рис.7. Досвід поширення фейкової/маніпулятивної інформації

Це означає, що понад 75% опитаних хоча б раз ділилися інформацією, яка згодом виявилася неправдивою або маніпулятивною.

Участь в онлайн-активізмі

На питання про участь у цифровій громадянській активності:

- 11,5% респондентів відповіли, що беруть участь в онлайн-активізмі часто.
- 55,8% — іноді долучаються до таких форм активності.
- 32,7% повідомили, що ніколи не беруть участі в онлайн-активізмі.

Отже, більше ніж дві третини опитаних мають досвід участі в онлайн-активізмі, навіть якщо він є нерегулярним або ситуативним.

Отримані результати свідчать про два важливі вектори цифрової поведінки студентської молоді: з одного боку — високий рівень участі в онлайн-активізмі, з іншого — досить поширений досвід поширення недостовірної інформації.

Факт того, що понад три чверті студентів хоча б раз поширювали фейкову або маніпулятивну інформацію, вказує на потенційні ризики вразливості до інформаційних маніпуляцій та недосконалість навичок цифрової медіаграмотності. Цікаво, що навіть серед тих, хто активно або епізодично залучається до онлайн-активізму, відсутня повна впевненість у достовірності контенту, яким вони діляться. Це створює ризик ненавмисного поширення дезінформації в межах публічних кампаній.

Участь у цифровому активізмі (петиції, репости політичного контенту, публічні заклики тощо) потребує від користувача не лише соціальної відповідальності, а й високого рівня інформаційної обізнаності та перевірочних навичок. Проте лише незначна частина студентів (11,5%) бере участь в онлайн-активізмі на постійній основі, що може бути зумовлено як недовірою до ефективності цифрових форм активності, так і інформаційною втомою або байдужістю.

Отже, результати підкреслюють необхідність освітніх ініціатив, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності, критичного мислення та цифрової етики. Особливу увагу варто приділити формуванню відповідального ставлення до контенту, що поширюється в інформаційному просторі, особливо у контексті активної участі в суспільному житті через цифрові платформи.

Чи змінювали ви коли-небудь свою думку після перегляду відео / посту в соцмережах?
52 відповіді

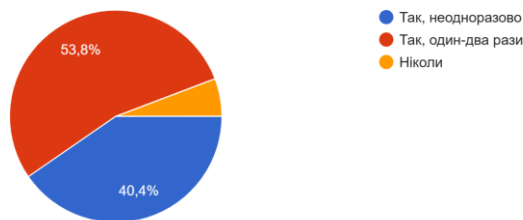


Рис.8. Результат впливу і зміни думки

1. Чи змінювали ви коли-небудь свою думку після перегляду відео / посту в соцмережах (Рис. 8)? Чи відчуваєте ви іноді, що вашою думкою намагаються керувати через соцмережі (Рис. 9)? Ви вважаєте соцмережі надійним джерелом інформації (Рис. 10)?

У межах дослідження було поставлено три взаємопов'язані питання, що розкривають вплив соціальних мереж на формування думок користувачів, а також рівень довіри до них як до джерела інформації.

Більшість опитаних (94,2%) принаймні один раз змінювали свою думку під впливом інформації з соціальних мереж.

Чи відчуваєте ви іноді, що вашою думкою намагаються керувати через соцмережі?
52 відповіді

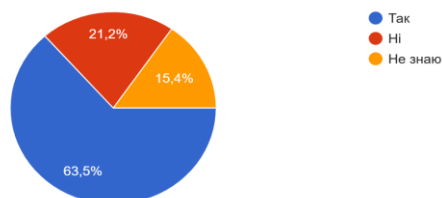


Рис.9. Результат усвідомлення впливу

Значна частина респондентів (майже дві третини) визнають наявність спроб впливу на їхню думку через соціальні мережі.

Незважаючи на те, що значна частина користувачів відчуває вплив соцмереж і змінює під їхнім впливом свою думку, більшість (61,5%) все ж не вважає їх надійним джерелом інформації.

Ви вважаєте соцмережі надійним джерелом інформації?
52 відповіді

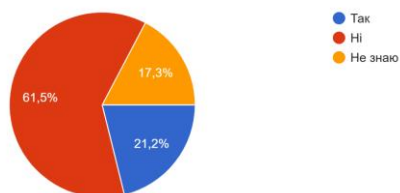


Рис.10. Результат усвідомлення ризику впливу на думку соціальних мереж

Результати опитування демонструють суперечливе ставлення користувачів до інформації в соціальних мережах. З одного боку, переважна більшість респондентів визнає, що інформація з соцмереж здатна змінити

їхню думку — лише 5,8% учасників жодного разу не змінювали своїх поглядів під її впливом. З іншого боку, понад 61% респондентів прямо зазначили, що не вважають соціальні мережі надійним джерелом інформації, а ще 17,3% не змогли визначитися з відповіддю, що свідчить про загальний рівень недовіри або невпевненості в достовірності контенту.

Також слід відзначити, що понад 63% опитаних відчувають спроби зовнішнього впливу на свою думку через соціальні мережі. Це свідчить про певну обізнаність щодо можливих маніпуляцій та пропагандистського впливу, однак, зважаючи на те, що більшість респондентів усе ж змінювали свої думки, можна зробити висновок про високу емоційну або психологічну вразливість до такого впливу.

Отже, соціальні мережі, попри те що не визнаються студентами надійним джерелом інформації, мають значний вплив на формування і трансформацію особистих переконань. Це створює потенційний ризик для маніпуляцій свідомістю користувачів, особливо за відсутності навичок критичного мислення та системної перевірки фактів.

2. Відкрите питання: Як ви вважаєте, що допомогло б молоді краще розпізнавати маніпуляції у соцмережах?

Аналіз відповідей респондентів на відкрите питання дозволив виокремити кілька основних напрямів, які, на їхню думку, могли б сприяти кращому розпізнаванню маніпуляцій у соціальних мережах:

- Освітні ініціативи (найбільш згадуваний напрям):
 - Пропозиції включити медіаграмотність та аналіз інформації у шкільні й університетські програми.
 - Ідеї проведення бесід, курсів, тренінгів, зокрема ще з дитячих або підліткових років.

Приклади:

- "Навчання і розмови про це у навчальному закладі"
- "Курси з медіаграмотності в навчальних закладах"
- "Спеціальні класи в школі / університеті або позашкільна освіта"

- Розвиток критичного мислення:

У відповідях фігурують поради щодо застосування логіки, аналізу контенту, перевірки інформації з альтернативних джерел.

Приклади:

- "Мати критичне мислення та логічно зважувати все"
- "Шукати підтвердження даної інформації в інших — достовірних джерелах"
- "Покращення критичного мислення та збільшення часу аналізу інформації"
- Обізнаність про маніпуляції як явище:

Деякі респонденти наголошували на необхідності розуміння видів маніпуляцій, алгоритмів соцмереж, прикладів з реального життя.

Приклади:

- "Ознайомлення з маніпуляцією та її видами"
- "Реальні випадки з життя"
- "Розуміння алгоритмів соцмереж"
- Зменшення впливу соцмереж через обмеження часу користування:

Кілька учасників радять мінімізувати використання соцмереж або менше часу проводити в них.

Приклади:

- "Не сидіти в соцмережах"
- "Найкраще було б зменшити час користування ними"

Відкриті відповіді респондентів свідчать про чітке усвідомлення ролі освіти, критичного мислення та інформаційної гігієни в питанні протидії маніпуляціям у соціальних мережах. Найчастіше згадуваним методом стало впровадження систематичного навчання з медіаграмотності — бажано ще в шкільному віці. Молодь бачить у цьому ключ до підвищення обізнаності, що потенційно здатне зменшити вразливість до зовнішнього впливу.

Паралельно з цим значна увага приділяється розвитку особистих навичок: логічного мислення, перевірки джерел, усвідомлення цифрової поведінки. Це свідчить про поступовий зсув від пасивного споживання інформації до активного осмислення її як частини власної безпеки.

Узагальнюючи, можна сказати, що молодь здебільшого усвідомлює проблему маніпуляцій у соцмережах та має бачення практичних способів її вирішення. Це відкриває можливості для впровадження цілеспрямованих навчальних програм, соціальних ініціатив та політик цифрової безпеки.

3. Протидія маніпуляціям та важливість медіаграмотності.

З наведеного практичного дослідження бачимо, що у сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали основним середовищем для поширення як достовірної, так і маніпулятивної інформації. Молодь, яка є активною аудиторією соціальних платформ, щодня піддається впливу великої кількості контенту, що формує погляди, поведінку й навіть цінності. Результати нашого опитування демонструють тривожну тенденцію: понад 94% респондентів хоча б раз змінювали свою думку після перегляду постів чи відео в соціальних мережах, а 63,5% чітко усвідомлюють спроби впливу на їхню свідомість. Водночас більшість (61,5%) не вважає соцмережі надійним джерелом інформації. Це вказує на парадоксальну ситуацію — користувачі піддаються впливу, навіть не довіряючи джерелу.

7.1. Як не піддаватися маніпуляціям

На сьогоднішній день повністю уникнути маніпуляцій практично неможливо через обсяг, швидкість поширення та багаторівневу складність контенту, що продукується. Проте можливо значно знизити рівень впливу маніпуляцій за умови дотримання принципів критичного мислення, інформаційної гігієни та цифрової грамотності. Протидія інформаційним впливам не вимагає спеціалізованої освіти, однак потребує системного підходу, свідомої практики перевірки фактів і розвитку когнітивної пильності.

1. Верифікація джерел

Один із базових принципів медіаграмотності — оцінювання джерела інформації. Надмірна довіра до контенту, отриманого з соціальних мереж, блогів або месенджерів, є основним чинником поширення фейкової інформації. Надійне джерело зазвичай має:

- вказаного автора або редакцію;
- прозору систему верифікації фактів;
- репутацію незалежного, відповідального медіа;
- чітке посилання на першоджерело.

Також слід зазначити, що авторитетність джерела не повинна базуватися лише на популярності або назві. Критеріями достовірності мають бути редакційні стандарти, прозорість та можливість перевірки поданих даних.

2. Фактчекінг та перевірка інформації

Фактчекінг — це системна процедура оцінки достовірності інформації за допомогою незалежних перевірених платформ. В Україні функціонують кілька авторитетних ресурсів, які здійснюють регулярну перевірку публічних висловлювань, новин та дезінформації (Рис. 11):

StopFake — моніторинг дезінформації про Україну;[6]

VoxCheck — аналіз заяв політиків і експертів;[7]

MediaSapiens — огляд медійних маніпуляцій;[8]



Рис. 11 Ресурси з фактчекінгу

Інформацію, яка емоційно резонує або підтверджує особисті переконання, слід перевіряти в першу чергу — саме вона найчастіше потрапляє в «зону довіри» і є найменш перевірюваною.

3. Аналіз логічних конструкцій і риторичних прийомів

Маніпулятивні повідомлення часто базуються на логічних хибах і мовних конструкціях, що апелюють до емоцій, а не до фактів. Типові ознаки:

- логічні помилки (хибна причинно-наслідковість);
- узагальнення (всі, завжди, кожен);
- відсутність верифікованої статистики;
- двозначні фрази («кажуть», «джерела повідомляють»).

Отож при зустрічі з подібним контентом слід формулювати уточнювальні запитання: «Хто це сказав?», «На підставі чого?», «Чи це підтверджується незалежно?».

7.2. Суспільний рівень протидії маніпуляціям: системний підхід

Ефективна протидія інформаційним маніпуляціям не може обмежуватися лише індивідуальними зусиллями окремих громадян. Це комплексне завдання, що передбачає координацію дій державних інституцій, закладів освіти, засобів масової інформації, громадських організацій та самих користувачів. Особливої ваги набуває формування інформаційної культури молоді як найбільш активної та вразливої до впливу групи в цифровому середовищі.

1. Інституціоналізація медіаосвіти

Більшість респондентів дослідження наголосили на необхідності раннього розвитку критичного мислення як основи стійкості до маніпуляцій. У цьому контексті держава має реалізовувати такі заходи:

- впровадження обов'язкових курсів із медіаграмотності та цифрової безпеки в шкільну та університетську програми;
- інтеграція тем з інформаційної гігієни, виявлення фейків і медіааналізу у предмети гуманітарного й соціального циклів (громадянська освіта, історія, мова, соціологія, психологія);
- розробка дидактичних матеріалів, інтерактивних модулів і симуляцій, що демонструють типові схеми інформаційного впливу.

2. Підтримка неформальної освіти та практичних навичок

В Україні неформальна освіта в галузі медіаграмотності стрімко розвивається завдяки громадським ініціативам. Окрім формального навчання, значну роль відіграє розвиток неформальних освітніх форматів, спрямованих на формування прикладних компетентностей:

- проведення відкритих тренінгів, дебатів, медіаклубів, у межах яких молодь має змогу аналізувати реальні інформаційні кейси;
- організація воркшопів із фактчекінгу із залученням дієвих цифрових інструментів;

- запрошення експертів (журналістів, редакторів, фактчекерів) до безпосереднього діалогу з молоддю щодо актуальних інформаційних викликів.

3. Міждисциплінарне формування критичного мислення

Розвиток критичного мислення має виходити за межі оцінки достовірності інформації й охоплювати загальні когнітивні навички, зокрема:

- проєкту роботу, що передбачає самостійний пошук, порівняння та верифікацію джерел;
- дискусії на етичні, суспільно важливі й контroversійні теми з метою формування здатності до аргументованого обстоювання позицій;
- впровадження методик дебатов, SWOT-аналізу, рольових симуляцій тощо.

4. Регуляція цифрових платформ і підтримка якісного контенту

З огляду на домінуючу роль соціальних мереж у трансляції маніпулятивного контенту, необхідні такі суспільно-державні механізми:

- запровадження зобов'язань для платформ щодо маркування фейкових матеріалів, спонсорованих постів і бот-активності (аналогічно до практик Twitter/X);
- державна підтримка відповідального освітнього контенту шляхом грантового фінансування, інформаційного сприяння, залучення інфлюенсерів;
- забезпечення прозорості алгоритмів формування інформаційних стрічок, а також надання користувачам механізмів керування цими алгоритмами.

Ключові напрями стратегії протидії:

- реформування освітніх програм у напрямі розвитку медіаграмотності;
- підтримка неформальної освіти та практичних навичок цифрової безпеки;
- стимулювання критичного мислення через міждисциплінарні методи;
- формування суспільних стандартів інформаційної поведінки;
- регулювання цифрового середовища на основі принципів прозорості та відповідальності.

7.3. Чому медіаграмотність критично важлива

У XXI столітті інформація стала не лише джерелом знань, а й інструментом впливу, контролю, а подекуди — навіть зброєю. У цьому контексті медіаграмотність перетворюється з додаткової компетенції на базову життєву навичку, без якої неможливо орієнтуватися у складному медіапросторі. Поняття «інформаційної гігієни» все активніше входить у науковий дискурс як ключ до стійкості проти фейків [13].

Маніпулятивна інформація часто подається під виглядом новин, експертних думок або «очевидних фактів». Без навичок медіаграмотності людина легко стає жертвою:

- політичної пропаганди, що нав'язує вигідні наративи,
- комерційного тиску через нативну рекламу або інфлюенсерів,
- емоційних маніпуляцій, що викликають страх, злість, паніку.

Медіаграмотність включає усвідомлену поведінку у цифровому середовищі, що є ключовою для уникнення:

- шахрайських схем (фішинг, скам, фейкові розіграші),
- витоку персональних даних через сумнівні платформи чи додатки,
- інформаційного стеження та збору даних без згоди.

Медіаграмотність — це здатність не споживати пасивно, а усвідомлено працювати з інформацією:

- розрізняти факти, припущення, оціночні судження,
- виявляти маніпуляції, логічні помилки, неповну інформацію,
- будувати власну обґрунтовану позицію замість повторення чужих думок,
- не поширювати неперевірене (навіть «заради інтересу»).

Особливо це стосується молоді — активного покоління цифрових громадян, на яких уже сьогодні впливають глобальні інформаційні тренди. Без медіаграмотності молоді люди ризикують стати пасивними споживачами маніпуляцій, замість того, щоб бути активними творцями змін.

4. Висновки

У ході виконання наукової роботи, присвяченої темі маніпуляцій свідомістю через соціальні мережі серед громадян студентського віку, було здійснено комплексне дослідження, що поєднало теоретичний аналіз, емпіричне опитування та критичну оцінку актуальних механізмів впливу в цифровому середовищі. Узагальнення отриманих результатів дає змогу зробити кілька важливих висновків.

По-перше, соціальні мережі займають центральне місце в комунікаційному просторі сучасної молоді. Вони є не лише джерелом новин і каналом соціальної взаємодії, а й основним середовищем, через яке здійснюється вплив на поведінку, переконання, цінності й рішення.

По-друге, соціальні мережі дедалі частіше стають інструментом маніпулятивного впливу. Теоретичний аналіз літератури й даних дослідження дозволив виокремити найпоширеніші техніки: Фейкові новини (dezinformatsiya), Алгоритмічне підштовхування (algorithmic nudging), Інформаційні бульбашки (filter bubbles), Соціальний доказ і ефект популярності (social proof, hype), Маніпуляція через боти та тролів. Ці техніки спрямовані на створення бажаної реакції — часто без усвідомлення цього з боку аудиторії. Проблема полягає в

тому, що соціальні мережі не просто передають інформацію — вони формують середовище, де алгоритми підбирають контент на основі емоційної залученості, а не правдивості.

Третім важливим результатом дослідження стало виявлення недостатнього рівня медіаграмотності серед молоді. Більшість респондентів визнають, що не завжди здатні самостійно виявити спробу маніпуляції, а також не перевіряють джерела інформації перед поширенням. Відкриті відповіді учасників опитування свідчать про наявність усвідомлення цієї проблеми — студенти вважають за потрібне ввести курси медіаграмотності у шкільну та університетську програми, навчати навичкам критичного мислення, інформаційної гігієни, аналізу джерел. Це свідчить про потенціал до змін, але також і про існуючу прогалину в освіті.

Четвертий блок висновків стосується практичних рекомендацій щодо протидії маніпуляціям. На індивідуальному рівні важливими є такі навички: аналіз емоційної реакції на інформацію; перевірка джерел і фактів; використання логіки й порівняння альтернативних точок зору; вивчення технік переконання. На рівні суспільства — це системна освіта з медіаграмотності, розробка національних програм цифрової безпеки, популяризація критичного мислення, підтримка незалежних платформ фактчекінгу, а також прозорість алгоритмів соцмереж.

Важливо зазначити, що соціальні мережі як середовище не є виключно шкідливими. Вони надають колосальні можливості для навчання, самореалізації, об'єднання спільнот та швидкої комунікації. Проте лише у разі високої медіаграмотності та відповідального підходу користувачів вони перестають бути інструментом впливу та стають ресурсом розвитку.

У межах дослідження були також виявлені потенційно небезпечні тенденції: зростання недовіри до офіційних джерел, поширення інформаційних бульбашок, домінування емоційного контенту над раціональним. Ці явища є симптомами не лише технологічних, а й соціокультурних змін, зумовлених переходом до цифрової комунікації.

Таким чином, наукова робота довела, що:

Студентська молодь є вразливою до маніпуляцій через соціальні мережі через активне користування ними та недостатній рівень критичного аналізу.

Маніпуляції здійснюються переважно через емоційні тригери, фейковий контент і алгоритми персоналізації.

Найефективніший шлях протидії — розвиток медіаграмотності, критичного мислення та інституційна підтримка просвітницьких ініціатив.

Завершуючи, слід підкреслити, що проблема маніпуляції свідомістю в цифрову епоху є комплексною. Лише за умови системної, свідомої та критично орієнтованої взаємодії з інформацією можливо побудувати стійке до маніпуляцій громадянське суспільство, здатне не лише захищатись, але й активно трансформувати інформаційний простір на користь демократичних цінностей та правди.

Список використаної літератури

1. Надія Вітюк, Юлія Дубницька. Медіаграмотність як чинник психологічної безпеки студентської молоді, 2024.
2. Chomsky, N. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda. New York: Seven Stories Press, 2016.
3. Pew Research Center. Teens, Social Media & Technology 2022. <https://www.pewresearch.org>
4. Лубенець І. Г. Маніпулювання свідомістю та поведінкою дітей з використанням цифрового середовища. 2024
5. Cialdini, R. Influence: The Psychology of Persuasion. Harper Business, 2006
6. StopFake.org — платформа з перевірки фактів в українському медіапросторі. <https://www.stopfake.org>
7. VoxUkraine. Аналітика, фактчекінг. <https://voxukraine.org>
8. MediaSapiens (Детектор Медіа). Освітні матеріали з медіаграмотності. <https://ms.detector.media/>
9. Анна Мгалоблішвілі. Психологія використання соціальних інтернет мереж сучасними українськими користувачами, 2023.
10. Гречановська О. В., Мегем О. М., Потапюк Л. М. Вплив соціальних мереж на психологічний стан української молоді, 2023.
11. Усенко С. Г., Ммоквелу М. Ч. Аналіз впливу соціальних мереж на емоційний стан людини, 2023.
12. Карайбіда А. А., Вплив соціальних мереж на свідомість молоді, 2025.
13. Кулиняк В. М. Інформаційна гігієна як інструмент цифрової безпеки. Інформаційні війни, 2022.
14. Мезенцева І. О., Османова О. В., Мартиненко О. Г., Вплив соціальних мереж на життя молоді України, 2023.
15. Щеглова Д., Вплив соцмереж на морально-психологічний стан і громадську думку, 2023.
16. Мозок.ua, Як соціальні мережі впливають на психіку дітей та підлітків, 2024.
17. Osvitoria.media, Що більше часу в соцмережах, то більший ризик депресії у підлітків: результати дослідження, 2023.
18. M. Astafieva, et al., Formation of High School Students' Resistance to Destructive Information Influences, in: Cybersecurity Providing in Information and Telecommunication Systems, vol. 3421 (2023) 87-96.
19. Марценюк, М., Козачок, В., Богданов, О., Іосіфов, Є., & Бржевська, З. (2023). Аналіз методів виявлення дезінформації в соціальних мережах за допомогою машинного навчання. Кібербезпека: освіта, наука, техніка, 2(22), 148–155. <https://doi.org/10.28925/2663-4023.2023.22.148155>
20. Дмитрієнко, К., & Коршун, Н. (2025). Застосування вдосконалених моделей Курамото для ідентифікації дезінформації у соціальних мережах. Кібербезпека: освіта, наука, техніка, 3(27), 406–416. <https://doi.org/10.28925/2663-4023.2025.27.754>