

**Андрій Берегельський,**

мол. наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського,

Київ, Україна

## **ІНФОГРАФІЧНІ ПРОДУКТИ В КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМИ ПРОПАГАНДИ ТА МАНІПУЛЯЦІЙ У МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ**

У статті досліджено проблему пропаганди та маніпуляцій у сучасному інформаційному просторі, наведені ознаки та приклади технологій. Розглянуто основні напрями маніпуляцій, зокрема використання зображень і чисел. Досліджено дієвість інфографіки як засобу демонстрації статистичних даних, зокрема деякі види статистики й особливості реалізації та сприйняття графічних об'єктів. Розглянуто основні рівні маніпуляцій, зокрема в статистиці, реалізованої засобами інфографіки. Досліджено залежність ефективності впливу на аудиторію від рівня складності маніпулятивних технік.

Сформовано тези щодо культури критичного мислення громадян на актуальні політичні та інші події. Досліджено явища зони інформаційного комфорту, кліпового та серійного мислення, авторитетності цифр і візуалізації даних. Розглянуто роль цензури й самоцензури у формуванні медіа-простору, нові тенденції та технології (дію алгоритмів, пошукових фільтрів). Виявлено основні проблеми від застосування таких технік у ЗМІ, труднощі в боротьбі з наслідками такого впливу.

*Ключові слова:* пропаганда, маніпуляції, самоцензура, інфографіка, статистика, візуалізація даних, медіа-простір.

Розвиток сучасного медіа-середовища та інформаційно-комунікаційних технологій, стрімке збільшення потоків інформації, які циркулюють в інформаційному просторі, сприяє розширенню використання інфографіки у сфері соціальних комунікацій. Інфографіка надала широкі можливості щодо графічного представлення різних питань на порталах, створення візуалізації інформації користувачем за допомогою інтерактивних порталів, представлення інфографічних продуктів для певних проєктів і репрезентація автономних проєктів як на порталах, так і у виданнях, які пропонують користувачу інфографічну продукцію.

Незважаючи на ряд наукових публікацій, присвячених різним питанням використання інфографіки [2, 5, 6, 7], досі за межами наукового

інтересу залишається специфіка представлення інфографічних продуктів у контексті проблеми маніпуляцій і пропаганди. Актуальним залишається з'ясування питання, як саме відбувається викривлення інформації в інфографічних продуктах на різних етапах. Дослідження окресленої проблеми є метою цієї праці.

На основі дослідження явища компресії інформації, моніторингової журналістики та інших актуальних тенденцій сучасної медіа-сфери стало очевидно, що основні еволюційні напрями її розвитку не відбулися б без адаптації під особливості сприйняття інформації споживачем. Ідучи шляхом створення найбільш комфортних умов для користувача, медіа-ресурси певною мірою виховують/викривають у ньому нові якості, що притаманні типології сприйняття. Постійно перебуваючи в такій «теплій ванні», кінцевий споживач стає залежним від інформаційного простору, у якому йому зручно перебувати і, як наслідок, стає більш вразливим до маніпуляцій, що застосовуються на його улюблених публіках та медіа-ресурсах. Особливості ЗМІ та сприйняття інформації створюють сприятливі умови для пропагандистської діяльності.

Пропаганда – це інформація, що має за мету вплинути на ставлення суспільства до певної проблеми, явища або групи людей. Пропаганда можлива завдяки застосуванню маніпулятивних технік. Тобто, коли йдеться про пропаганду, ми маємо справу не з випадковою помилкою або неточністю, а саме із цілеспрямованою тактикою. Це інструмент, що здатний змінити настрої цілих суспільств. Варто зазначити, що негативного забарвлення пропаганді надали політичні практики, у тому числі авторитарні й тоталітарні, а також непрофесійна діяльність журналістів. Важливо, що пропаганда може ґрунтуватися навіть на правдивій інформації, але певні маніпуляції з нею або змішування її з брехнею призводять до фактичного обману. Із чого можна зробити логічний висновок, що маніпуляція в медіа тісно пов'язана з пропагандою.

Треба зазначити, що пропаганда може мати різні форми і використовувати різні засоби. Пропагандистськими можуть бути як листівки, що роздають на вулиці, так і матеріали в мас-медіа, які аудиторія сприймає як незалежну журналістику. Серед усіх інших інформаційних продуктів, що можуть служити інструментом пропаганди та маніпуляцій, особливо вирізняється візуалізація даних, або інфографіка. Оскільки саме інфографіка в сучасних реаліях є дієвим засобом для подібних речей як досконалий продукт, що здатен у силу нових технологій увібрати в себе всі наслідки маніпуляцій з текстами й цифрами.

Варто зазначити, що викривлення інформації в інфографічних продуктах можливе на різних етапах. Наприклад, головним чином на етапі добору даних з існуючих маркерів інфографіки. Для закріплення ефекту фрази «цифри не брешуть» інфографіка, як ніщо інше, є найкращим інструментом донесення статистичних, схематичних та інших даних, де текст і цифри набувають значно більшої ваги та зрозумілості у графіках чи асоціативних зображеннях. Отже, можна стверджувати, що джерела інформації (вихідні дані) виступають основною причиною небезпек, без яких інфографіка не могла б існувати.

Таким чином, можна виділити кілька важливих маркерів в інформаційних матеріалах, які можуть свідчити про те, що інформація є маніпулятивною або використовується з пропагандистською метою:

Використання неідентифікованих або сумнівних джерел, чуток, які неможливо перевірити. Штучне об'єднання в один матеріал непов'язаних між собою подій. Емоційно забарвлені слова стосовно людей і явищ, категоричні судження. Заклики до дій [1].

Важливим є те, що якщо навіть не всі критерії мають пряме відношення до інфографіки як до кінцевого інформаційного продукту, то обов'язково мають своє відображення в джерелах інформації (головним чином цифр), на основі яких і створюють інфографіку (до цієї тези можна застосувати перший маркер).

Водночас ознаки другого маркера в інфографіці чудово представляє така ситуація: телекомунікаційна компанія стверджувала, що зменшення регулювання в галузі привело до збільшення інвестицій у чотири рази. Однак, переглянувши інформацію першоджерела, з'ясувалося, що інвестиції однаково зростали до, під час і після дії посиленого регулювання ринку. Отже, збільшення їх обсягу пояснюється банальним зростанням попиту на Інтернет [2].

Як інший яскравий приклад, до якого можна застосувати третій і четвертий критерії (емоційні слова, заклики до дій), варто згадати й сумнівні тези про розкол України та три сорти українців, які було поширено в інформаційному просторі у 2004 р. виборчим штабом В. Януковича (див. рис. 1).

Зокрема, ці маркери стали фундаментом основних кластерів маніпулятивного впливу в Україні та світі, які активно використовуються в політичному просторі протягом останніх 25 років.

Як зазначається в статті С. Телешуна «Управління людьми у нестабільному світі. Світовий досвід та українські реалії», найбільша боротьба за вплив і маніпуляції суспільною думкою розгортається під час

виборчих кампаній, зміни політичної системи, інституційних криз, війн, громадянського протистояння тощо. Визначальним є прихований смисл пропагандистських повідомлень, де найвищий ефект, як і для будь-якої маніпуляції, досягається в умовах «чистого навіювання» [3, 4].



Рис. 1. Приклад маніпулятивної політичної пропаганди, виконаної за допомогою інфографіки.

*Джерело:* [https://blogs.pravda.com.ua/authors/leschenko/53722-f577-a5-cc/page\\_2](https://blogs.pravda.com.ua/authors/leschenko/53722-f577-a5-cc/page_2)

З вищесказаного можна повернутися до ще однієї простої істини: заголовок у ЗМІ, як свого роду гасло, є дуже вагомим елементом не лише статті, а й будь-якої пропагандистської чи маніпулятивної публікації, у тому числі інфографіки. Одна з функцій заголовку – уразити читача та змусити його прочитати матеріал. Саме тому журналісти, особливо бульварних видань, часто додають у заголовки елементи драматичності та сенсаційності. Справа в тому, що значна кількість людей не читає статтю повністю – переглядає лише назви. Цю особливість читання використовує пропаганда. Особливо актуальна ця маніпуляція в Інтернеті, оскільки мільйони людей щодня відвідують пошукові системи або перевіряють свою пошту, а також популярні нині меседжери (Viber,

Telegram), на сторінках яких вони з великою вірогідністю прочитають лише назви новин, у кращому випадку – короткі анонси.

Сьогодні відбувається своєрідна «інфляція контенту», тобто трансформація підходів до подання публікацій – стають актуальними компактні форми повідомлень/висвітлення подій у системі анонс – реліз – постреліз. Кліпове мислення прийшло на зміну системному, про що неодноразово згадувалося в багатьох дослідженнях [5].

С. Телешун розглядає явище кластера маніпулятивного впливу як «інформаційний калейдоскоп» – тенденційне телевізійне мовлення побудовано таким чином, що короткі сюжети перемежуються анонсами, рекламою, ток-шоу тощо. При цьому важлива інформація розбавляється чутками та скандалами, що призводить до деконцентрації уваги споживача [3, 4].

Не менш цікавою для дослідження причиною появи маніпулятивних матеріалів є цензура – контроль над змістом і поширенням інформації в мас-медіа. Джерелом цензури можуть бути як державні органи влади, що мають вплив на медіа-ресурс, так і власники останніх. В умовах цензури ЗМІ стають інструментами пропаганди.

Крім того, іншою формою цензури виступає самоцензура, коли журналісти й редактори вдаються до усвідомленого самообмежування, замовчуючи деякі факти або не критикуючи владу чи певні політичні сили [1]. Більше того, на сьогодні формується принципово нове явище – самоцензура власне читача.

У результаті дослідження визначено, що приватність є не найбільшою проблемою. Наразі більшість громадян не підозрюють, що живуть в інформаційних фільтрах, які за допомогою певних алгоритмів фактично керують життям. Наприклад, Facebook визначає, які новини показувати користувачам; Twitter вирішує, які додаткові твіти з'являться у стрічці читача; Google видає користувачеві ті пошукові результати, під які заточено його профайл. «Звісно, це зручно для користувача, але суть у тому, що користувач не контролює тієї інформації, на основі якої приймає рішення, тому стає залежним від алгоритмів, на які не можете вплинути» [6].

Резюмуючи вищесказане, доречно було б назвати ще й серійне мислення – як можливо одночасні причину та наслідок особливостей упередженого сприйняття інформації читачем. Користувачі намагаються дізнатися продовження цікавої для них події, а так звані серіали дають їм цю можливість. Таким чином, користувачі формують необхідну системну картину світу, а пошукові алгоритми та фільтри лише сприяють цьому.

Водночас кліпове та серійне мислення мають спільну рису – «їх матриця вибудовується не на раціональній, а на емоційній основі» [5].

Звісно, на шляху до розуміння природи походження значної небезпеки від інфографіки як найбільш пропагандистського інструмента не можна забувати про ще один надзвичайно поширений тип маніпуляції – фотофейки. Отже, світлина, що супроводжує текст статті, зазвичай сприймається як беззастережний факт і є засобом пробудження емоцій, які, за твердженням психологів, гальмують роботу логічного мислення. Наприклад, якщо користувач прочитає в новинах про те, що бойовики «Ісламської держави» вбили кількох дітей-християн у Сирії, то може не повірити написаному. Але варто йому побачити в статті світлини роздертих дітей – сумнівів у черговому теракті не залишається. І користувач уже, свідомо чи ні, має негативні емоції стосовно згаданих бойовиків. Саме через це фотофейки користуються попитом у медіа-ресурсів, що поширюють неправдиву інформацію [1].

З упевненістю можна сказати, що естафету популярності та авторитетності у світлини може прийняти інфографіка.

Щодо ризиків, які несе в собі інфографіка в ролі потужного інструмента маніпуляції, то «інфографіка може бути використана різними способами. Нещодавно з'явилось дослідження: якщо громадянину розповідати неправдиву інформацію, але проілюструвати її звичайними графіками, це набагато більше переконує, ніж текст». Таким чином, компресія інформації є її перетворенням, нехай навіть з поважними причинами. Тобто відбувається домислювання читача, що призводить до виникнення ризику – викривлення сприйняття інформації.

Досліджено, що інфографіка може бути потужним засобом маніпуляції, і єдиний спосіб цього уникнути – формування медіа- та інформаційної грамотності читача, тобто певної системи знань та навичок, необхідних для того, щоб об'єктивно оцінити інформацію в текстах і графіці. Як і у випадку соціології важливим є те, що будь-яка публікація журналіста чи іншого фахівця, яка містить інфографіку, повинна завжди супроводжуватися роз'ясненням щодо даних, які представлено в повідомленні та методів їх оброблення. За можливості можна надавати вихідний код програми (за принципом open source) для найбільш прискіпливих.

Водночас фотофейк (поширення повідомлення користувачем, використовуючи неправдиву інформацію у вигляді світлин) найпростіше спростувати – визначити правдивість світлини в Інтернеті можна за кілька секунд, щоправда, значна кількість користувачів повинна завжди перевіряти світлини, особливо ті, які привертають їхню увагу. Наприклад,

якщо використовувати браузер Google Chrome, досить лише натиснути на підозрілу світлину, використавши функцію «Знайти це зображення в Google», і дізнатися багато супутньої інформації [1]. Зокрема, представленим методом можливо перевірити такі визначальні аспекти, як оригінальність світлини, зазначення оброблення її в редакторі; публікацію світлини та її ексклюзивність; дату публікації світлини, тим самим зіставити її з описуваними подіями, наприклад чи не вирішили вкотре видати події в Чечні 20-річної давнини за сучасний Донбас.

Однак подібна практика може виявитися безпорадною у випадку з інфографікою, оскільки це принципово інший продукт. Вона може бути навіть ексклюзивним чи виконаним на замовлення матеріалом, тобто інфографіка може бути власністю недобросовісного видавництва. У такому випадку залишається лише перевіряти джерела даних, якщо вони будуть вказані; шукати певні маніпуляції в самій інфографіці, які перевертають вихідні дані. Водночас метод може бути використаний для перевірки достовірності зображень в інфографіці типу тайм лайн <sup>3</sup>, що, як правило, часто можуть містити фотоілюстрації у своїй стрічці подій.

Варто відмітити, що маніпуляційні інформаційні продукти далеко не завжди тотожні пропагандистським (чи іншим продуктам, що мають прихований мотив з метою отримання певної вигоди), особливо коли йдеться про візуалізацію даних. Як стверджує А. Каїро, достовірність є другим вагомим критерієм якісної інфографіки після зрозумілості та читабельності. Привабливий вигляд візуалізації програє представленим критеріям у пріоритетності. Як зазначає А. Каїро, перед тим як почати графіку, необхідно спочатку зробити список складових, які читач має побачити на ній. При цьому автор говорить, що візуалізація чудово виглядає, однак привабливий вигляд не має шкодити функціональності [2]. Тому виникає проблема, коли, женучись за привабливістю, часто навіть у комбінації із читабельністю та зрозумілістю, ідуть шляхом спрощення (урізання, масштабування, образності зображення тощо). На цьому етапі необхідно чітко усвідомлювати межі таких дій, бо надмірне/невдале спрощення може призвести до викривлення інформації та, як наслідок, маніпуляцій. Тобто, свідомо ввести в оману читача, нівелюючи таким чином достовірність даних.

---

<sup>3</sup> Таймлайн (з англ. Timeline – шкала часу, подорож у часі) – це інструмент, який допомагає проілюструвати розвиток певної події в часі та просторі. Це можуть бути біографічні довідки, хронологія подій, історія певних заходів чи процесів. На таймлайні може бути вбудовано зображення, фотоматеріали, аудіо- і відеофайли, місце на карті.

Американським автором Д. Хаффа в книзі «Як брехати за допомогою статистики» виділено два розділи, присвячені розгляду способів маніпулювання за допомогою графічної інформації.

У першому розділі «Графік – краще не буває» розглядаються способи спотворення сприйняття графіків: вирізання частини координатної сітки нібито з метою економії місця, що в реальності призводить до ускладнень у сприйнятті масштабу (рис. 2, 3).

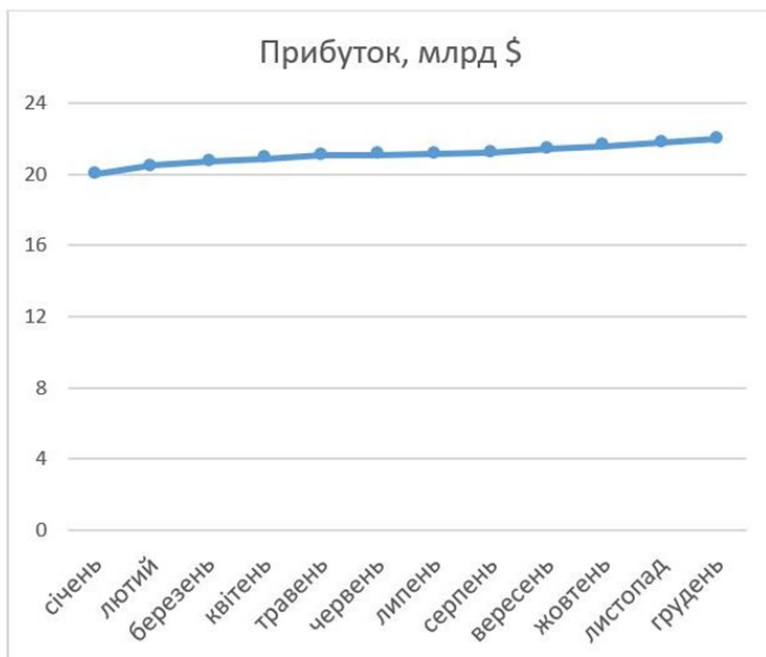


Рис. 2. Оригінальний графік до застосування маніпулятивних прийомів

Щодо другого прийому: стиснення або розтягнення частини координатної сітки – зміна масштабу по осях абсцис та ординат, то цей метод дає змогу візуально «перетворити» зростання, близьке до нуля, у яскраво виражене стійке. Зростання становить лише 10%, але візуально виглядає майже як 500% – за рахунок збільшення масштабу по осі ординат (рис. 4).



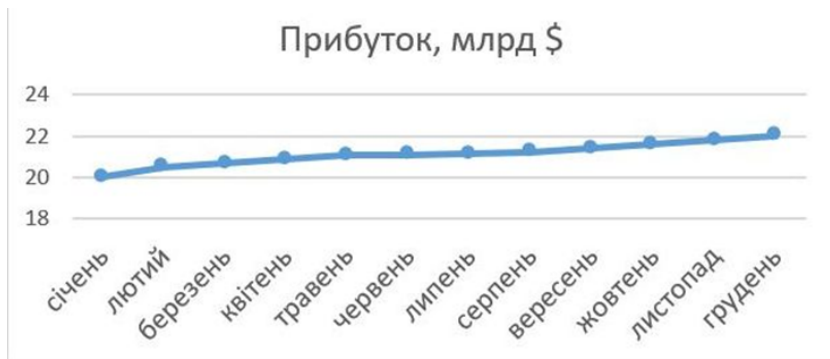


Рис. 3. Графік з обрізаною частиною координатної сітки

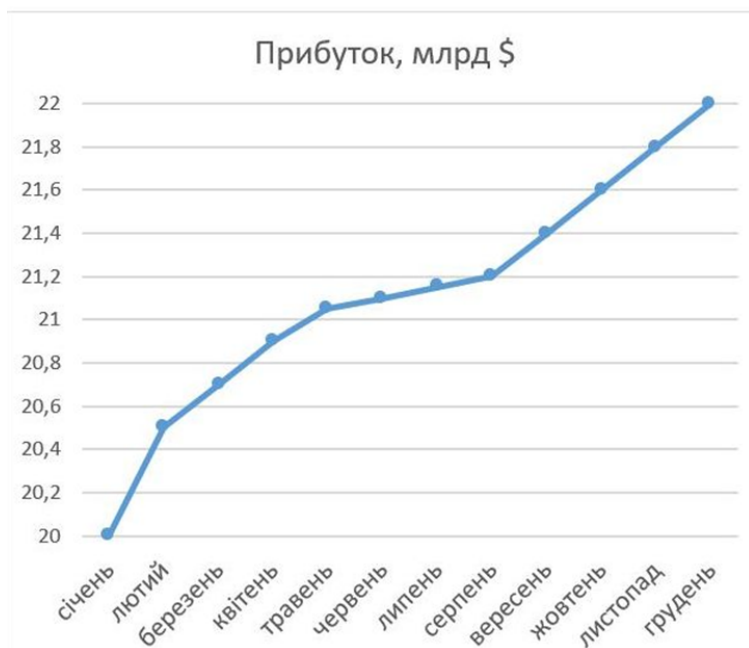


Рис. 4. Графік з витягнутою (масштабованою) віссю ординат

Варто зазначати, що такі ж маніпуляції можна застосовувати й до стовпчикових діаграм.

Другий розділ книги «Схематична картинка» представляє способи обману аудиторії саме за допомогою інфографіки. Використання графічних об'єктів, асоціативно пов'язаних з представленими даними, відкриває широкі можливості для зловживань.

Для порівняння двох заробітних плат можна використати інфографіку та намалювати два горщика з грошима. Якщо друга заробітна плата вища першої у два рази, то другий горщик буде не тільки вищим, а й ширшим у два рази (що необхідно для збереження пропорції). Оскільки горщик – це тривимірний об'єкт, то і товщина другого горщика буде в два рази більшою. Тобто ми маємо справу з об'ємом фігури, що має три параметри: довжину, ширину і висоту. Це потрібно врахувати, бо якщо помножити всі ці параметри вдвічі, то на виході ми матимемо об'єкт фактично у 8 разів ( $2^3=8$ ) більший за оригінал (рис. 5) [8].



Рис. 5. Приклад зловживання інфографікою – другий об'єкт візуально більший у 8 разів

Саме із цієї причини фахівці у сфері візуалізації даних та інфографіки наполегливо рекомендують триматися осторонь тривимірних об'єктів, аби не виникало зайвих непорозумінь і маніпуляцій. Тому правильніше було б зобразити ці горщики схематично, двовимірними об'єктами, що мають лише довжину і ширину (радіус/діаметр у випадку з колом). Тоді в розрахунках необхідно буде відштовхуватися від розміру площі цих фігур. Тобто якщо площа першого горщика становить умовні  $4*4=16$  см<sup>2</sup>, тоді розміри другого горщика, що символізує вдвічі більшу зарплату,

займатиме вдвічі більшу площу та буде рівною  $16*2=32$  см<sup>2</sup>, а не ті ж помилкові  $8*8=64$  см<sup>2</sup> (більше в 4 рази –  $2^2=4$ ) (рис. 6).



Рис. 6. Правильне схематичне збільшення другого двовимірного об'єкта, що ілюструє зростання/перевантаження вдвічі

Отже, найкращим рішенням є зображення двох однакових горщиків у противагу одному або ж зовсім відмовитися від асоціативних зображень на користь діаграм. Проте ще більш «вишукану» маніпуляцію в медіа-сфері можна зустріти в інфографіці, виконаній на основі даних статистики.

Варто зазначити, що середні величини, залежності, тенденції та графіки не завжди є тим, чим здаються. Таємничу мову статистики, настільки привабливу в умовах масової культури, використовують для того, щоб творити сенсації, перебільшувати, збивати з пантелику, спрощувати. Статистичні методи необхідні, коли справа стосується даних про соціальні та економічні тенденції, бізнес, опитування, перепис населення, але за відсутності фахівців, які б апелювали статистичною термінологією зі знанням справи, так і читачів, що розуміли б значення термінів, результат може бути не зовсім вдалий.

Чудовою ілюстрацією такої «магії чисел» може виступати серія прикладів з матеріалу Аналітичного центру «Обсерваторія демократії», підготовленого в рамках проекту, що реалізується за фінансової підтримки Європейського фонду демократії (EED) та уряду Канади «Маніпуляції в публічній українській політиці».

Найчастіше громадяни використовують числа для порівнянь. Для того щоб числа «заговорили», необхідні категорії «багато/мало» та супутні «більше/менше». Розуміючи ключове значення динаміки для масового сприйняття, зацікавлені суб'єкти використовують це у своїх маніпуляціях.

Наприклад, діаграма демонструє зростання ВВП та експорту в Україні з 2005 по 2016 р. (URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/eximp>). Такий ефект досягається дуже просто – усі дані наводяться в гривні, яка за оглядовий період девальвувала більше ніж на 500%. Громадяни можуть побачити недоречність виміру експорту за значної інфляції.

Зростає ВВП, пожвавлюється економіка – будь-що з мінімальною позитивною динамікою вже задає потрібний ефект сприйняття.

Формула таких новин (URL: <https://korrespondent.net/business/economics/3856865-eksport-ukrayny-v-es-vyros-na-chetvert-hroisman>) українська проста, однак якщо порівняти обсяги експорту з I кварталом не 2016 р., а, наприклад, 2012 р., то виявиться, що не «виріс на 24,5%» (рис. 7), а «обвалився вдвічі», певна річ, через об'єктивні причини (військову агресію РФ, перехідні економічні та соціально-політичні процеси).



Рис. 7. Інфографіка, подібна до лозунгу, яка демонструє «ефект низької бази порівняння»

Водночас коли порівняння однотипних одиниць дає небажані результати, можна застосувати «узагальнення». Актуальний приклад з державної статистики – представлена географічна структура зовнішньої

торгівлі України за I квартал 2017 р. У список включено 142 країни, у які експортуються товари й послуги або, навпаки, з яких вони імпортуються в Україну. Владі невідгдно підкреслювати, що, незважаючи на всі події 2014–2017 рр., основним торговим партнером України залишається країна-агресор, з якої в цьому кварталі товарообіг зріс на 46%. Для цього 28 країн об'єднуються в одну категорію «ЄС» і виходить патріотичний висновок: головний економічний партнер України – Європейський Союз.

Одна з улюблених маніпуляцій опозиції – апелювати до рейтингів, де в доларах або євро порівнюються доходи громадян різних країн. Теза «Українці – найбідніші у Європі» ілюструється розміром мінімальних або середніх зарплат і пенсій. Маніпуляція досить незграбна, проте часто знаходить благодатний ґрунт [9]. Так, у 2017 р. на порталі Texty.org.ua було опубліковано матеріал з використанням інфографіки: карта про середній рівень зарплати у Європі. При цьому в тексті було вказано як джерело інформації «Вікіпедію». Це стало хорошим приводом для російських ЗМІ масово передрукувати новину про те, що в Україні найнижчий рівень зарплати у Європі. Однак те, що джерелом є «Вікіпедія», вказано не було.

Пізніше в анонсі до прес-конференції в Києві на порталі «РІА Новини» напишуть, що, «згідно з дослідженням українського аналітичного центру Texty.org.ua, Україна стала найбільш бідною країною у Європі: тут найнижча зарплата після сплати податків – 190 євро. Зросла різниця між мінімальними й максимальними зарплатами в бюджетних установах». Однак це не було дослідженням порталу Texty.org.ua, а тільки їхня інфографіка, зроблена на основі матеріалів «Вікіпедії», що стосувалися лише зарплат розміром 190 євро. Також на порталі «Тексти» нічого не писали про рівні зарплат бюджетних установ.

Автор матеріалу Н. Романенко на питання «Чому портал Texty.org.ua використовував «Вікіпедію?» зазначила, що вони роблять як значні дослідження, так і прості графіки на основі даних та взяли інформацію з «Вікіпедії» тому, що дані були заздалегідь оброблені й у них були посилання на джерела. До речі, за основу було взято дані з англійської версії статті на «Вікіпедії», що робить безпідставними звинувачення в будь-якій заангажованості фахівців медіа-ресурсу.

На порталі «Тексти» також наголошують, що згідно з їхньою статтею, Україна є третьою з кінця серед європейських країн за купівельною спроможністю громадян. Навіть за непрості економічної ситуації, Україна – не найбідніша країна Європи [10]. Зрештою на порталі Texty.org.ua довелося прибрати інфографіку зі статті, аби лишити кремлі-

вську пропаганду можливості для спекуляцій та поширення фейків. Іншою популярною маніпуляцією можна назвати «наведення тіні» через сусідство в рейтингу з екзотичними країнами. Актуальний приклад – назва «Гірше тільки в Гондурасі», де складено рейтинг найбезпечніших країн світу (URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/society/05432-girshe-tilki-v-gondurasi-ukraina-potrapila-v-top-najnebezpechnishih-krain-svitu.htm?obozrevatellang=uk>). Очевидно, що в умовах збройного конфлікту Україна на сьогодні не може розраховувати на високі показники «індексу світу». І недарма в назву винесено саме Гондурас, а не, скажімо, Сирію, яка в рейтингу нижче України [9].

Отже, проблема пропаганди та маніпуляцій у медіа-просторі є досить гострою. Варто зазначити, що предметом маніпуляцій можуть бути не лише слова, а й числа. У свою чергу, інфографіка є найефективнішим засобом демонстрації статистичних даних, де, враховуючи всі можливі шпаринки та слабкі місця статистики, разом з особливостями реалізації та сприйняття графічних об'єктів, відкриваються широкі можливості для зловживань, що робить інфографіку надто небезпечним інструментом у руках недобросовісних суб'єктів.

Уже на сьогодні можна говорити про оцінку градації маніпуляції від незначної до більш інтенсивної, у якій складніше розібратися, особливо тоді, коли демонструють статистику за допомогою інфографіки. Проте такі технології зустрічаються всюди, не лише в Україні та політиці загалом, тим паче в умовах можливої цензури й самоцензури, де запорукою успішного маніпулювання в будь-яких ЗМІ є не лише багатий арсенал різних технік, а й нові тенденції та технології в сучасній медіа-сфері (алгоритми, пошукові фільтри).

Крім того, сьогодні в Україні відсутня культура критичного мислення, тому більшість громадян не в змозі раціонально й системно реагувати на потік новин, зокрема щодо політики. Перебуванню в зоні інформаційного комфорту, зокрема, сприяє особливість кліпового та серійного мислення сучасного споживача новин.

Таким чином, маніпуляції, пропаганда, цензура та самоцензура є жорстокою реальністю медіа-простору. Із цими явищами можна намагатися боротися розумною контрпропагандою, формуванням у громадян критичного мислення. Проте, як правило, «звільнити розум» дорослої, а тим паче похилого віку людини вкрай важко, тому подібні заходи треба впроваджувати, як мінімум, уже у вищих навчальних закладах, виховуючи свідоме молоде покоління, разом з яким приходитимуть і нові політичні еліти. Однак, беручи до уваги вади людської природи та мінли-



0%B0%D0%BA\_%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%82%D1%8 C\_%D0%BF%D1%80%D0%B8\_%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D1%89%D0%B8\_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8. – Загл. с екрана.

9. Манипуляції в публічній українській політиці: топ-10 технік [Електронний ресурс] // Politeka. – 2017. – Режим доступу: <https://politeka.net/ua/reading/468026-manipulyatsii-v-publichnoy-ukrainskoj-politike-top-10-tehnik>. – Назва з екрана.

10. Манипуляция: Украина самая бедная страна Европы [Электронный ресурс] // StopFake.org. – 2017. – Режим доступу: <https://www.stopfake.org/ru/manipulyatsiya-ukraina-samaya-bednaya-strana-evropy>. – Загл. с экрана.

## References

1. Ne potony v informatsiinomu doshchi [Not drowning in the information rain]. (2016). *Akademiia ukrainskoi presy – Academy of the Ukrainian press*. Retrieved from [http://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2016/03/Citizen-Media-Literacy\\_Trainers-Manual\\_ua.pdf](http://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2016/03/Citizen-Media-Literacy_Trainers-Manual_ua.pdf) [in Ukrainian].

2. Kairo, A. (2015). «V infografitsi vy berete chytacha za ruku y vedete vid pochatku istorii do vysnovku» [«In infographics you take the reader by the hand and conduct from the beginning of the story to the conclusion»]. *Media Sapiens*. Retrieved from [https://ms.detector.media/mediaprosvita/how\\_to/alberto\\_kairo\\_v\\_infografitsi\\_vi\\_berete\\_chitacha\\_za\\_ruku\\_y\\_vedete\\_vid\\_pochatku\\_istorii\\_do\\_visnovku](https://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/alberto_kairo_v_infografitsi_vi_berete_chitacha_za_ruku_y_vedete_vid_pochatku_istorii_do_visnovku) [in Ukrainian].

3. Shtuchni avtorytety ta «korysni idioty»: naukovtsi rozpovyli pro zasoby manipuliatsii [Artificial authorities and «useful idiots»: Scientists told about the means of manipulation]. (2018). *Ukrinform*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2587928-stucni-avtoriteti-ta-korysni-idioti-naukovci-rozkazali-pro-zasobi-manipulacii.html> [in Ukrainian].

4. Upravlinnia liudmy u nestabilnomu sviti. Vydy manipuliatsii [Managing people in an unstable world. Types of manipulation]. (2018). *Ukrinform*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2590376-upravlinna-ludmi-u-destabilnomu-sviti-vidi-manipulacij.html> [in Ukrainian].

5. Berehelskyi, A. (2018). Realizatsiia infografiky yak produktu kompresii informatsii analizovanykh novynykh potokiv (obrobka masyvu novyn dlia vyrobnytstva infografiky) [Implementing infographic as an information compression product analyzable news streams (processing an array of news for the production of infographic)]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskyi*.



*dsko* – *Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 50, pp. 400–410. <https://doi.org/10.15407/np.50.400>. Kyiv [in Ukrainian].

6. Bondarenko, A. (2014). (Texty.org.ua). «Liudy ne pidozriuiut, shcho zhyvut v informatsiinykh filtrakh, yaki keruiut yikhnim zhyttiam» [(Texty.org.ua). «People do not suspect that they live in information filters that govern their lives»]. *Platfor.ma*. Retrieved from <https://platfor.ma/ukr/magazine/text-sq/media-innovations-lab/anatolii-bondarenko> [in Ukrainian].

7. Telegram: instrument komunikatsii z hromadskistiu chy zasib peredvyborchkykh manipuliatsii? [Telegram: A public communication tool or a means of pre-election manipulation?]. *Ukrinform*. (2019). Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2724926-telegram-instrument-komunikacii-z-gromadskistu-ci-zasib-peredviborcih-manipulacij.html> [in Ukrainian].

8. Kak lgat pri pomoshchi statistiki [How to lie with statistics]. (2019). *Wikipedia*. Retrieved from [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BA\\_%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%82%D1%8C\\_%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D1%89%D0%B8\\_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BA_%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%82%D1%8C_%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D1%89%D0%B8_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8) [in Russian].

9. Manipuliatsii v publichnii ukrainskii politytsi: top-10 tehnik [Manipulation in public Ukrainian politics: Top 10 techniques]. (2017). *Politeka*. Retrieved from <https://politeka.net/ua/reading/468026-manipulyatsii-v-publichnoj-ukrainskoj-politike-top-10-tehnik> [in Ukrainian].

10. Manipuliatciia: Ukraina samaia bednaia strana Evropy [Manipulation: Ukraine is the poorest country in Europe]. (2017). *StopFake.org*. Retrieved from <https://www.stopfake.org/ru/manipulyatsiya-ukraina-samaya-bednaya-strana-evropy>. [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 09.12.2019.

## **Andrii Berehelskyi,**

Junior Researcher,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2119-2067>

### **Infographic Products in the Context of the Problem of Propaganda and Manipulation in Media Space**

The specifics of presentation of infographic products in the context of the problem of manipulation and propaganda are considered. The problem of propaganda and manipulation in the modern information space is investigated, the signs and examples of technologies are given. The main directions of manipulation are considered, the use of images and numbers in such materials. The effectiveness of infographics as a means

of demonstrating statistics has been investigated some defects in statistics and features of implementation and perception of graphic objects. On the basis of the conducted study, the reasons for the appearance of manipulative materials have been identified. The basic levels of manipulation, in the statistics realized by means of infographics, are considered. The dependence of the effectiveness of influence on the audience on the level of complexity of manipulative techniques is investigated.

The theses in relation to the culture of critical thinking of citizens on current political and other events have been formed. Phenomena of information comfort zones, clip and serial thinking, authority of figures and data visualization are investigated. The role of censorship and self-censorship in the formation of media space, new trends and technologies (the effect of algorithms, search filters) are considered. The main dangers from the use of such techniques in the media are identified, as well as the difficulties in dealing with the consequences of such influence. The process of information distortion in infographic products at different stages has been studied. It has been proven that infographics can be a powerful means of manipulation, and the only way to avoid this is to form the media and information literacy of the reader, that is, a certain system of knowledge and skills necessary to objectively assess information in texts and graphics.

*Keywords:* propaganda, manipulation, self-censorship, infographics, statistics, data visualization, media space.