

GENERATION DIGITAL

SURF SMART 2.0



**SURF
SMART
2.0**



Маніпуляції, фейки та штучний інтелект.



ASSOCIATION
OF UKRAINIAN GUIDES



WORLD ASSOCIATION
OF GIRL GUIDES
AND GIRL SCOUTS





Мета: Підвищення рівня медіаграмотності учасників щодо маніпуляцій, фейків та використання штучного інтелекту в інформаційному просторі

Завдання:

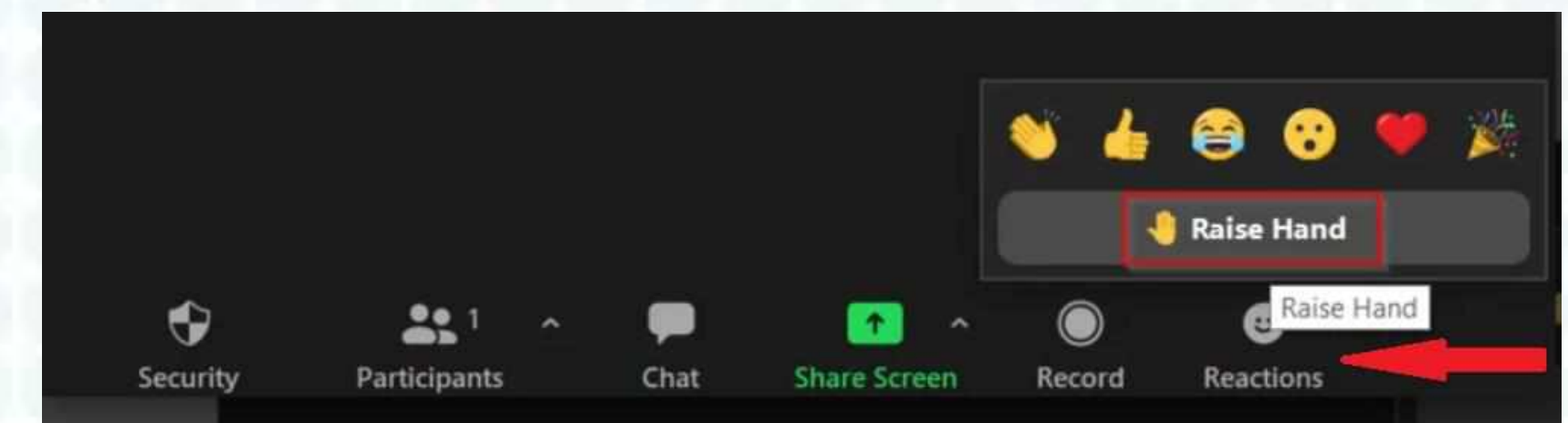
1. Навчити учасників виявляти та протидіяти маніпулятивним технікам і фейковому контенту, зокрема створеному за допомогою штучного інтелекту
2. Практично працювати з системами ШІ, спробувати створювати за їх допомогою тексти, зображення або інший контент та обговорити свій досвід використання штучного інтелекту в контексті маніпуляцій.





Правила

1. Будьте в безпечному місці (особливо під час тривоги). За можливості тримайте камеру ввімкненою.
2. Тримайте мікрофон вимкненим, коли не говорите, щоб уникнути фонового шуму.
3. Правило «Піднятої руки».
4. Бути активним.
5. Говорити по черзі та лаконічно.
6. Цінування часу.





Що таке маніпуляція?

Маніпуляція – це нав'язування людині чужої волі за допомогою прихованого психологічного впливу.

Основним інструментом такого впливу є експлуатація людських емоцій.

Маніпулятор не каже «зроби це, бо я так хочу» (це примус). Він робить так, щоб ви самі захотіли це зробити, бо вам стало соромно, страшно або ви відчували себе зобов'язаними.





Походить від лат. **manipulus** (*manus* – рука, *plere* – наповнювати).

Має два значення:

- Ручне управління об'єктами з конкретною метою.
- «маніпула» – це римський загін, де основою була залізна дисципліна та беззаперечне виконання наказів.

Сучасні аспекти:

1. **Фізичний** – це притність рук, технічні дії (медицина, фізика, ілюзіонізм).
2. **Психологічний** – це прихований вплив на свідомість та емоції задля вигоди маніпулятора.

Маніпулювання інформацією сьогодні – це не новий винахід, а високотехнологічна еволюція давніх методів впливу.





Форми маніпуляцій

1. Інформаційна
2. Емоційна
3. Соціальна
4. Психологічна





М А Н І П У Л Я Ц І Я

Інформаційні маніпуляції – полягають у вибіркового висвітленні або навмисному перекручуванні інформації.

Головним інструментом тут є фейкові новини та дезінформація – поширення свідомо неправдивих даних без посилань на реальні джерела, щоб ввести аудиторію в оману.





1. Маніпуляція «напівправдою» та вибіркоким висвітленням

Це ситуація, коли береться реальний факт, але з нього прибирається контекст або додається хибний висновок.

Приклад:

Поширення відео черг на кордоні або в ТЦК без пояснення причин.

Як це працює:

Маніпулятор показує реальні кадри, але підписує їх як «масовий виїзд усіх лікарів з країни» або «повний колапс системи». Мета – створити ілюзію тотальної паніки або безнадії, хоча насправді ситуація може бути локальною або плановою.





2. Створення фейкових «офіційних» документів

Це один із найнебезпечніших видів дезінформації, розрахований на довіру людей до печаток та офіційного стилю.

Приклад:

Поширення в соцмережах фотографій нібито «наказів» Міністерства освіти про збір даних школярів для мобілізації або «постанов» Кабміну про скасування соціальних виплат.

Як це працює:

Документ виглядає як справжній (є герб, номер, підпис). Люди вірять «папірцю» і починають поширювати його в батьківських чатах. Мета – підірвати довіру до державних інституцій та посіяти внутрішній розбрат.





3. Посилання на «анонімні джерела» (Fake News)

Класичний інструмент дезінформації, коли новина не має конкретного автора або першоджерела.

Приклад:

«Наш інсайдер в Офісі Президента повідомляє, що завтра відключать світло на місяць по всій країні, але влада це приховує».

Як це працює:

Використання слів «інсайдер», «джерело з Генштабу», «знайомий з СБУ» створює ілюзію доступу до ексклюзивної інформації. Насправді ж відсутність посилання на конкретну особу чи установу дозволяє автору вигадати будь-що.





4. Дипфейки та маніпуляції з відеоконтентом

Використання технологій для створення неправдивих звернень відомих людей.

Приклад:

Відео, на якому президент або головнокомандувач нібито закликають до капітуляції чи протестів. Або використання ШІ для озвучення відомих ведучих новин, які «рекомендують» вкласти гроші в сумнівні фонди.

Як це працює:

Оскільки ми звикли довіряти очам і вухам, такий контент викликає шок. Навіть якщо пізніше фейк спростують, «перший ефект» зневіри вже досягнуто.





М А Н І П У Л Я Ц І Я

Емоційні маніпуляції – це стратегія, за якої маніпулятор використовує почуття людини, щоб змусити її діяти певним чином.

У цифровому середовищі це часто реалізується через клікбейт (заголовки-пастки, що грають на цікавості) або новини з шокуючими та лячними фактами, які спонукають до необдуманих дій (наприклад, переходу за небезпечним посиланням).





1. Спекуляція на безпеці та страху (Клікбейт)

Це найпоширеніший вид маніпуляції в Telegram-каналах. Маніпулятори використовують страх перед обстрілами, щоб штучно наростити аудиторію.

Приклад заголовка:

«ТЕРМІНОВО! Вже відомо час і напрямок сьогоднішнього удару! Списки міст опубліковано за посиланням...»

Як працює маніпуляція:

Людина відчуває гостру тривогу та потребу захистити себе. Замість корисної інформації за посиланням зазвичай знаходиться закритий канал, на який треба підписатися («подати запит»), щоб прочитати далі.





2. Маніпуляція почуттям провини або жалю

Часто використовується у сумнівних зборах або для поширення емоційних фейків.

Приклад:

«Тільки 1% людей з добрим серцем не пройде повз! Маленькому Сашкові залишилося лише 2 години... Репост = шанс на життя!»

Як працює маніпуляція:

Використовується прийом «соціального тиску». Вас змушують почуватися «поганою людиною», якщо ви не зробите репост або не перейдете за посиланням. Часто такі пости ведуть на фішингові сайти або ресурси, що збирають дані користувачів.





3. Гра на патріотизмі та ненависті до ворога

Створення заголовків, які обіцяють «розплату» або «шокуючі новини про поразку ворога», щоб змусити користувача клікнути.

Приклад:

«Кремль у вогні! Путін прийняв фатальне рішення, дивіться відео, поки не видалили!»

Як працює маніпуляція:

Маніпулятор використовує сильне емоційне піднесення або жагу до справедливості. Відео зазвичай або не існує, або воно старе, а мета одна – перегляди реклами або перехід на шкідливий ресурс.





4. Фейкові виплати та «державна допомога» Маніпуляція надії та фінансової вразливості.

Приклад:

«УВАГА! Кожен українець тепер може отримати 9500 грн від ООН/ЄС/Президента. Поспішайте, залишилося лише 100 місць!»

Як працює маніпуляція:

Використовується штучний дефіцит («тільки 100 місць») та радість від можливої вигоди. Людина вводитиме персональні дані або дані картки на фейковому сайті, втрачаючи гроші замість їх отримання.





М А Н І П У Л Я Ц І Я

Соціальні маніпуляції – передбачають використання соціальних зв'язків та авторитету для впливу на думку людей.

Яскравим прикладом є астротурфінг, коли за допомогою ботів створюється штучна ілюзія того, що велика група людей виступає «за» або «проти» певного явища, хоча насправді це узагальнення є фальшивим.





1. Астротурфінг: «Глас народу» за викликом

Це створення ілюзії масової підтримки або протесту. В українському сегменті це часто називають «фермами ботів».

Приклад:

Під постом про якусь політичну фігуру або реформу раптом з'являються сотні коментарів з однотипними тезами: «Нарешті порядок!», «Тільки він зможе врятувати країну!» або навпаки – «Все пропало, нас зрадили!».

Як це працює:

Людина бачить 500 коментарів «за» і підсвідомо починає думати: «Мабуть, я чогось не розумію, раз усі так вважають». Це маніпуляція соціальним доказом.





2. Маніпуляція «авторитетними» лідерами думок (ЛОМами)

В Україні величезний вплив мають блогери, волонтери та військові експерти. Соціальна маніпуляція полягає у використанні їхнього авторитету для просування прихованих інтересів.

Приклад:

Популярний блогер, якому довіряють у питаннях зборів на ЗСУ, раптом починає ненав'язливо «критикувати» конкретний законопроект або хвалити певного забудовника, вплітаючи це в патріотичний контекст.

Як це працює:

Ми переносимо довіру до людини з однієї сфери (волонтерство) на іншу (політика чи бізнес), не помічаючи, що це проплачена кампанія.





3. Штучна поляризація суспільства («Мовна карта», «Віра», «Фронт/Тил»)

Це маніпуляція, що розділяє людей на групи «ми» та «вони», використовуючи соціально чутливі теми.

Приклад:

Створення ботами запеклих суперечок у Facebook-групах на тему «хто більше воює» або «хто правильніше розмовляє».

Як це працює:

Маніпулятори закидають радикальні тези від імені «звичайних громадян». Мета — змусити реальних людей посваритися між собою, послабити соціальну єдність та відволікти від справді важливих проблем.





4. Використання «мамських» та локальних чатів (Viber/Telegram)

Соціальні маніпуляції через близьке коло спілкування.

Приклад:

У чат будинку або класу хтось скидає повідомлення: «Дівчата, знайома з міськради сказала, що завтра відключать воду на тиждень, запасайтесь!».

Як це працює:

Ви довіряєте сусідам або іншим батькам більше, ніж офіційним новинам. Маніпулятори використовують ці «горизонтальні зв'язки» для розповсюдження паніки (наприклад, про дефіцит солі, палива чи ліків). Санжари (Полтавська область) у лютому 2020 року.





М А Н І П У Л Я Ц І Я

Психологічні маніпуляції – це використання спеціальних психологічних прийомів для формування у людини певних думок чи почуттів.

Вінтернеті це проявляється через:

Маніпуляцію увагою. нескінченна стрічка новин, автоматичне відтворення відео та ігрові механіки (бали, рівні), що змушують проводити в мережі більше часу.

Ефект FOMO. створення страху пропустити щось важливе.

Фішинг. спроби завоювати довіру (через анонімні чати чи фейкові акаунти), щоб обманом отримати логіни, паролі або інші приватні дані





1. Маніпуляція увагою (Економіка уваги)

Це стратегія, де ваша увага є «товаром». Чим довше ви дивитеся в екран, тим більше реклами вам можна продати.

- **Нескінченна стрічка (Infinite Scroll):** У TikTok, Facebook чи Instagram стрічка ніколи не закінчується. Наш мозок має природний механізм «сигналу завершення» (як дочитана сторінка книги). Нескінченна стрічка прибирає цей сигнал, тримаючи нас у стані трансу.
- **Ігрові механіки (Гейміфікація):** Використання вогників (streaks) у Snapchat чи Duolingo, рівнів у застосунках або навіть «лайків». Кожен лайк — це мікродоза дофаміну. Коли ми їх не отримуємо, виникає відчуття дискомфорту, що змушує нас повертатися знову і знову.
- **Автоплей:** Коли одне відео на YouTube чи TikTok автоматично переходить у наступне, маніпулятор знімає з вас необхідність приймати рішення. Ви залишаєтеся «пасивним споживачем».





2. Ефект FOMO (Fear of Missing Out)

FOMO – це страх пропустити щось важливе або цікаве, що відбувається прямо зараз у вашому соціальному колі.

Приклад

Під час війни FOMO набув критичних масштабів. Ми боїмося пропустити повідомлення про загрозу (тривогу) або «важливий збір», який триває лише годину.

- Як маніпулюють: Telegram-канали часто пишуть: *«Тільки для тих, хто встигне прочитати за 5 хвилин!»* або *«Інсайди, які видалять через годину!»*. Це змушує вас постійно оновлювати стрічку, руйнуючи вашу здатність зосередитися на роботі чи відпочинку.
- Соціальний аспект: Ви бачите в Instagram, як ваші знайомі «ідеально» волонтерять або живуть «повним життям», і відчуваєте, що ваше життя проходить повз. Це викликає тривогу та депресивні стани.





3. Фішинг та маніпуляція довірою

Це «соціальна інженерія», де маніпулятор грає роль друга, техпідтримки або офіційної особи.

- **Фейкові акаунти («Кіт у мішку»):** Створення профілів, які виглядають як акаунти ваших знайомих або відомих волонтерів. Вам пишуть: *«Привіт, виручи, позич 2000 грн до завтра, картка заблокована».*
- **Психологічний тиск.** Фішинг часто супроводжується штучним поспіхом. *«Ваш акаунт зламано! У вас є 30 секунд, щоб підтвердити пароль за посиланням, інакше всі дані буде видалено!».* У стані стресу критичне мислення вимикається, і людина сама віддає ключі від свого цифрового життя.
- **Анонімні чати:** Маніпулятори входять у довіру в закритих групах (наприклад, для переселенців чи пошуку роботи), вивідуючи особисті дані: номер телефону, дівоче прізвище матері, адресу.





Заголовок: "Вчені пояснили, чому підшви взуття роблять рельєфними".

Заголовок: "ТЕРМІНОВО! Твоє взуття може тебе зрадити. Дізнайся, як не стати жертвою звичайної фізики, поки не пізно!"





Заголовок: "Як Галілео Галілей досліджував рух предметів по похилій площині".

·Заголовок: "Він знав занадто багато! Таємні щоденники Галілея, які церква намагалася спалити. Шукуюча правда про гравітацію!"





Заголовок: "Новий метод фільтрації дозволяє очистити воду від мікропластику на 99%".

Заголовок: "Ти п'єш отруту щодня! Жахливі факти про звичайну воду, від яких волосся стає дибки. Дивись, що плаває у твоїй склянці!"





Завдання: Візьміть телефон і відкрийте YouTube Shorts або TikTok (чи просто стрічку новин). Засічіть 3 хвилини. Щоразу, коли Ви перегортаєте (свайпає) відео або пост, він має ставити на папері крапку або риску. Важливо: не зупинятися для аналізу, просто механічно позначати кожен перехід.

Порахуйте ризики. Зазвичай за 3 хвилини їх набирається 15–30. Зверніть увагу на точки.

Напишіть хоча б три тези, які змінили його думку, дали нову навичку або реально знадобилися б для роботи/життя з усіх переглянутих постів.

«Яка емоція домінувала під час гортання?».





Щерлок

«Привіт! Я на зустрічі, не можу говорити. Нам терміново треба оплатити рахунок підряднику, а у мене глючить додаток. Можеш перекинути 5000 грн за цими реквізитами? Я поверну через годину, як тільки звільнюся. Дуже виручищ це горить!»

- Канал зв'язку: Чому людина, яка зазвичай пише в робочий чат, раптом пише в особисті з іншого номера? (Маніпулятори часто кажуть: «Це мій другий номер», «Робочий заблокували»).
- Штучний поспіх (Panic Mode): Зверніть увагу на слова: «*терміново*», «*не можу говорити*», «*горить*». Це робиться для того, щоб ви не встигли подумати раціонально.
- Фінансовий/Даний тригер: Чи є логічним саме такий запит? (Начальник навряд чи проситиме особисті кошти для бізнес-задач).



Реальність чи створена ШІ



SURF SMART 2.0





Спробуємо самостійно

1. Nano Banana
2. GhatGPT



Матеріали підготовлені
Оксаною Ковнір



GENERATION DIGITAL

**SURF
SMART
2.0**

Thanks

Будемо раді почути
ваші запитання та відгуки
ukrguides@gmail.com



ASSOCIATION
OF UKRAINIAN GUIDES



WORLD ASSOCIATION
OF GIRL GUIDES
AND GIRL SCOUTS

