

УДК 316.346.32

Чепурко, Г., Клименко, О. (2024). Популярні маніпуляції із соціологічними даними: критичний аналіз. *Соціологічні студії*, 1(24), 89–102. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2024-01-35-35>

Популярні маніпуляції із соціологічними даними: критичний аналіз

Гульбаршин Чепурко –
доктор соц. н., провідний наук.
співробітник, завідувач відділу
соціальної експертизи,
ІС НАН України.

Gulbarshin Chepurko –
PhD in Sociology, Head of the Department
of Social Expertise, Institute of Sociology,
National Academy of Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine.
E-mail: gichepurko@ukr.net
ORCID: 0000-0001-7540-5174

Олена Клименко –
доктор соц. н., професор,
ст. наук. співробітник відділу
соціальної експертизи, ІС НАН України.

Olena Klymenko –
PhD in Sociology, Professor of Sociology,
senior researcher of the Department
of Social Expertise, Institute of Sociology,
National Academy of Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine.
E-mail: klimenkoelens@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8560-8642

DOI: 10.29038/2306-3971-2024-01-35-35

Received: March 11, 2024
1st Revision: April 10, 2024
Accepted: May 15, 2024

Мета статті – аналіз популярних форм маніпуляцій із кількісними соціологічними даними. Звернено увагу на той факт, що зростання обсягів Big Data та розвиток технологій їх обробки в сучасному світі призвели до виникнення нових можливостей для маніпуляції інформацією шляхом активного використання методів пропаганди, дезінформації, фішингу й інших, що має значний вплив на суспільство та провокує викривлення інформації через поширення неправдивих й оманливих даних, які руйнують довіру до авторитетних джерел і ЗМІ; напряду впливає на соціальну стабільність, викривляє реальну картину подій та спричиняє виникнення конфліктів, соціальної напруги й масових заворушень. У статті розкрито думку про те, що маніпуляції даними, отриманими в результаті соціологічних досліджень, можуть бути застосовані для формування фейкової картини реальності, яка впливає на думки та поведінку людей, деформуючи громадську думку. Особливої актуальності набуває вивчення маніпулятивних технологій у контексті російської збройної агресії проти України, що спровокувало розгортання ще й інформаційної війни. Окрему вагу приділено детальному аналізу соціологічних теорій, які різнобічно висвітлюють проблему впровадження технологій маніпуляції даними – «двомислення», «виробництва згоди», «спіраль мовчання», «пакування реальності», «поштовх».

Ключові слова: маніпуляція, маніпулятивні технології, великі дані, пропаганда, дезінформація, протидія маніпулятивним технологіям.

Chepurko Gulbarshin, Klymenko Olena. Popular Manipulations with Sociological Big Data: Critical Analysis. This article delves into the prevalent forms of manipulation employed in quantitative sociological data. The authors highlight how the burgeoning volume of Big Data and the advancement of data processing technologies in the contemporary world have opened up new avenues for information manipulation. This manipulation often involves the active use of propaganda, disinformation, phishing, and other techniques, which exert a significant impact on society. It leads to the distortion of information through the dissemination of false and misleading data, eroding trust in authoritative sources and media outlets. Moreover, it directly impinges upon social stability, misrepresents the true picture of events, and triggers conflicts, social tensions, and mass unrest. The article expounds on the notion that manipulated data obtained from sociological research can be instrumental in crafting a fabricated reality, influencing people's thoughts and behaviors, and consequently, warping public opinion. The study of manipulative technologies has gained particular urgency in the context of Russia's armed aggression against Ukraine, which has ignited an accompanying information war. The article also devotes considerable attention to a detailed analysis of sociological theories that comprehensively illuminate the issue of the implementation of data manipulation

technologies, including «doublethink», «manufacturing consent», the «spiral of silence», «reality packaging», and the «nudge».

Key words: manipulation, manipulative technologies, big data, propaganda, disinformation, opposition to manipulative technologies.

ВСТУП

Рік за роком у наше життя приходять нові інформаційні та цифрові технології. Зараз усе, що ми робимо, увесь навколишній світ і життя суспільства описуються мовою даних – великих обсягів цифрової інформації. Сайти запам'ятовують поведінку користувачів, компанії заносять клієнтів до електронних систем, месенджери відстежують зацікавленість користувачів у споживанні певних видів продукції тощо. Ці дані накопичуються, зберігаються й активно обробляються – і згодом їх стає дедалі більше. Великі корпорації навчилися «витягувати» з цифрової інформації корисну для себе аналітику. Усе це стало можливим завдяки тому, що на початку XXI ст. з'явилася Big Data, що ознаменувало новий етап у розвитку IT-індустрії та стало підґрунтям для створення нових механізмів впливу на життя людини й суспільства. Big Data – це структуровані чи неструктуровані масиви даних великого обсягу. Їх обробляють за допомогою спеціальних автоматизованих інструментів (програм), щоб застосовувати статистику для аналізу, прогнозів і прийняття рішень.

Увести до наукового обігу термін «великі дані» (Big Data) запропонував редактор журналу Nature Кліффорд Лінч у спецвипуску 2008 р. Він говорив про вибухове зростання у світі обсягів інформації, до якої можна віднести будь-які масиви неоднорідних даних, що надходять в обсязі понад 150 Гб на добу, проте єдиного критерію та визначення цього феномену досі немає. Наприклад, зараз статистичні дані дають змогу аналітикам скласти загальну картину того, що відбувається в певній організації, соціальній групі, суспільстві в цілому, завдяки чому вони можуть обґрунтувати необхідність прийняття того чи іншого управлінського рішення (Lynch, 2008). Сам факт наявності доступу до цифрової інформації, яка залишається після певного виду соціальних взаємодій, дає необмежену владу над суспільством тому, хто нею володіє, що актуалізує питання розширених можливостей для маніпуляцій громадською думкою.

Під маніпуляцією цифровою інформацією розуміють дії, спрямовані на спотворення, фальсифікацію, приховування або інакше неправомірне використання цифрової інформації задля введення в оману широких кіл громадськості й викривлення реальних фактів і подій, у результаті яких нівелюється думка більшості, що досягається залученням методів пропаганди, дезінформації, фішингу тощо.

Тож у сучасному суспільстві цифрові дані відіграють ключову роль у багатьох сферах життя, уключаючи політику, економіку, науку культуру й ін. Зростання обсягів даних та розширення технологічних можливостей їх обробки, яким сприяла інтенсифікація процесів цифровізації, спровокували виникнення серйозної соціологічної проблеми – маніпуляції цифровими даними, що підриває довіру до інформації, впливає на соціальну стабільність і деформує громадську думку.

Особливої актуальності зазначена проблема набула в останні роки, оскільки російська збройна агресія проти України супроводжується не лише військовими діями, а й інтенсивною інформаційною війною, однією з ключових стратегій якої стала маніпуляція соціологічними даними. Цю тактику використовують для впливу на громадську думку як в Україні, так і за її межами, для виправдання агресії, дискредитації українського уряду, нагнітання політичної напруги на міжнародному рівні й створення хаосу на світовій арені.

Мета дослідження. У сучасному світі, де великі обсяги цифрової інформації стають усе більш доступними для аналізу та впливовішими, розуміння методів маніпуляції даними стає критично важливим не лише для науковців, але й для широкого загалу. Це особливо актуально в контексті соціологічних досліджень, де кількісні дані часто застосовують для підтвердження або спростування певних політичних теорій, прийняття рішень і впливу на громадську думку. Аналіз популярних форм маніпуляцій із кількісними соціологічними даними є важливим для підвищення якості соціологічних досліджень, зокрема в контексті інтерпретації отриманих даних.

Мета статті – аналіз популярних форм маніпуляцій з кількісними соціологічними даними.

1. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЦІЄЇ ПРОБЛЕМИ

Маніпуляції соціологічною інформацією мають широкий спектр методів, вибір яких залежить від кінцевої мети впровадження маніпулятивної технології – контроль громадської думки, підтримка влади, створення протестних рухів тощо. Їх дослідження дають змогу зрозуміти механізми впливу на суспільство та сприяти розробці технологій їх виявлення, протидії й запобігання їм. Саме тому вивчення маніпуляцій соціологічними даними є важливою темою, яка цікавить уже не одне покоління науковців, починаючи із середини ХХ ст. по сьогодні. Широкий спектр досліджень охоплює як різні види маніпуляцій і методів їх створення, так і механізми їх виявлення та протидії. На окрему увагу заслуговують роботи щодо аналізу довго- й короткострокових впливів на суспільство. Розглянемо найбільш відомі соціологічні теорії.

1. Теорія «двомислення» Джорджа Оруела. Уперше питання масового розповсюдження соціальних маніпуляцій виніс на широкий загальний відомий письменник-фантаст Джордж Оруел. У книзі «1984» він увів термін «двомислення» (doublethink), за допомогою якого описав спроможність людини утримувати у своїй свідомості одночасно дві протилежні ідеї та вірити в них, що можливо завдяки реалізації певних форм маніпуляції інформацією, де суперечливі соціологічні дані використовують для контролю над колективною свідомістю. Письменник звернув увагу, на те, що «двомислення» руйнівню впливає на суспільство, оскільки основним методом його формування є пропаганда (Orwell, 1949).

2. Теорія «виробництва згоди» Едварда С. Германа та Ноама Хомського, які в науковій праці «Виробництво згоди» (Manufacturing Consent) зробили детальний аналіз того, як медіа маніпулюють громадською думкою за допомогою відбору та фрагментарного подання соціологічних даних. Учені стверджували, що ЗМІ використовують методи замовчування, спотворення фактів й акцентування на окремих аспектах соціальних проблем задля створення певної картини світу, вигідної для влади та великих корпорацій. Висновок, до якого приходять Г. С. Едвардс і Н. Хомський – мас-медіа в країнах із розвинутою економікою не можуть бути об'єктивними та неупередженими, оскільки слугують інструментом для формування згоди на політику, яка вигідна владі. Науковці описують модель «пропагандистської моделі», що пояснює, яким чином ЗМІ працюють для того, щоб:

- відволікати увагу від реальних важливих соціальних і політичних проблем, зосереджуючись на сенсаційних, емоційно заряджених історіях;
- демонізувати ворогів, щоб виправдати війну та інші форми агресії, зображуючи ворожі країни як украй небезпечні й ірраціональні;
- захищати статус-кво, підтримуючи наявний порядок денний та постійно критикуючи будь-які спроби його змінити (Edward & Chomsky, 1988).

«Виробництво згоди» – це важлива робота, яка кинула виклик традиційним уявленням про роль мас-медіа у формуванні громадської думки й уперше звернула увагу наукової спільноти на те, як суспільство споживає інформацію та «перетравлює» її. Деякі критики стверджують, що автори надмірно спрощують роль засобів масової інформації й недооцінюють здатність людей до критичного мислення. Однак, незважаючи на це, наукова праця Г. С. Едвардса та Н. Хомського стимулює до роздумів про роль мас-медіа в сучасному суспільстві й залишається важливим джерелом інформації щодо вивчення маніпулятивних технологій у роботі з інформацією.

3. Теорія «спіраль мовчання» Елізабет Ноель-Нойман (Noelle-Neumann, 1974) описує процес, коли люди бояться висловлювати свої думки, якщо вони вважають, що перебувають на позиції меншості й не відповідають домінуючій суспільній думці. Це призводить до виникнення феномену самоцензури та радикально впливає на результати соціологічних досліджень, оскільки думки меншості не враховуються. Основні елементи теорії включають:

- страх соціальної ізоляції, відокремлення або виключення із соціальних груп, через що люди змушені стежити за ключовими тенденціями громадської думки й докладають зусиль, щоб її підтримувати, навіть якщо їхні власні погляди відрізняються;
- медіа як канал впливу, оскільки відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, визначаючи, які теми популярні та можуть обговорюватися і які погляди домінують та варті висвітлення;

– ефект спіралі запускається в той момент, коли індивіди з менш «популярними» поглядами мовчать (навіть якщо їх більшість), домінуюча думка здається ще більш поширеною, а отже, суттєво знижує готовність висловлювати альтернативні погляди (Noelle-Neumann, 1993).

Застосовуючи кількісні соціологічні методи в дослідженнях, уключаючи опитування та аналіз контенту медіа, Е. Ноель-Нойман вивчала, як люди оцінюють громадську думку і як це впливає на їхню готовність відкрито висловлювати власні погляди. Отже, учена виявила, що навіть незначні зміни в сприйнятті громадської думки можуть мати великий вплив на поведінку людини. Наприклад, якщо ЗМІ представляють певну політичну партію як таку, що набирає популярності, більше людей почнуть відкрито підтримувати її, а це, своєю чергою, може призвести до реального зростання її популярності.

Отже, теорія «спіраль мовчання» має застосування в різних галузях, уключаючи політичну комунікацію, дослідження медіа, соціальну психологію, рекламу й маркетинг. Вона дає науковцям змогу пояснити, як ЗМІ можуть впливати на формування громадської думки та визначати характер поведінки людини, відповідаючи на запитання, чому деякі суспільні рухи або ідеї залишаються непомітними чи маргіналізованими.

4. Теорію «пакування реальності» Герберта Шиллера (Schiller, 1976) розкрито в роботі «Комунікація та культурне домінування» (Communication and Cultural Domination). У ній науковець описує процес «пакування реальності» (packaging reality) шляхом маніпулювання соціологічною інформацією, що відбувається завдяки застосуванню певних фреймів і мовних конструкцій, що впливають на сприйняття громадськістю певних явищ та подій. Отже, ЗМІ відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки та впливають на свідомість пересічних громадян через вибіркове подання інформації й замовчування певних даних. Основні елементи теорії Г. Шиллера включають таке:

- ідеологічна маніпуляція здійснюється через ЗМІ на замовлення правлячих еліт, спрямована на підтримку соціального й політичного порядку чинної влади;
- фільтрування інформації – вибіркове подання певних новин і даних створює певний «пакет» реальності, завдяки якій ключові значущі події залишаються поза увагою широкого загалу;
- формування консенсусу серед населення щодо важливих суспільних питань відбувається завдяки активній діяльності мас-медіа, які сприяють формуванню консенсусу через постійне повторення й акцентування певних тем (Schiller, 1989).

Отже, Г. Шиллер робить висновок, що, зазвичай, ЗМІ є інструментом для створення маніпулятивної технології задля підтримки інтересів домінуючих соціальних груп. Теорія «пакування реальності» стала основою для багатьох досліджень у галузі медіаекології та критичної теорії. Вона використовується для аналізу ролі ЗМІ в політичних кампаніях, військових конфліктах, у формуванні громадської думки тощо. Однак із розвитком інтернету й соціальних мереж роль традиційних мас-медіа в суспільстві радикально змінилася, що потребує переоцінки теорії «пакування реальності» в сучасному контексті.

У контексті переосмислення теоретичних положень теорії цікавим буде дослідження із застосуванням великих даних, що демонструє ідеологічну маніпуляцію російських медіа щодо України й про-українськи налаштованих країн Заходу (Kyrychenko, & Salnikova, 2022).

5. Теорія «поштовх» Кассі Сунстейна та Річард Талера описана в книзі «Поштовх: покращення рішень щодо здоров'я, багатства та щастя» (Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness), у ній науковці досліджують, як маленькі зміни в представленні інформації (наприклад порядок варіантів відповідей в анкетах) можуть суттєво вплинути на вибір людей. На думку вчених, такі маніпуляції застосовують для того, щоб непомітно впливати на соціологічні дослідження, не обмежуючи свободу вибору респондентів, що дає змогу корегувати громадську думку за допомогою методів поведінкової економіки (Thaler & Sunstein, 2008). В основу наукової теорії покладено такі концептуальні положення:

- люди приймають рішення залежно від того, як вони представлені, а отже, архітектура вибору може структурувати варіанти таким чином, щоб спрямувати людей до «кращих» рішень;
- за допомогою «поштовху» – легкого втручання – поведінка змінюється передбачуваним чином, без заборон чи примусових заходів;

– люди часто приймають рішення, керуючись обмеженою раціональністю, соціальними впливами й звичками, тож «поштовхи» враховують ці фактори для спрямування поведінки (Thaler, 2016).

Теорія «поштовху» мала значний вплив на формування політики в багатьох країнах світу. Наприклад, у державах із системою автоматичної згоди на донорство органів (opt-out) значно вищий рівень донорства в порівнянні з країнами, де потрібна активна згода (opt-in). У Великобританії створено групу «Behavioral Insights Team», також відому як «Nudge Unit», для залучення маніпулятивних технологій, заснованих на описаній Р. Тейлором і К. Сунстейном методології. Однак треба пам'ятати, що «поштовхи» – це лише одна з форм удало прихованої маніпуляції, яка може сприяти підризу автономії особистості.

Саме завдяки теорії «поштовху» відбулася популяризація активної участі громадян у благодійній, волонтерській та доброчинній діяльності, що сприяло створенню таких багатьох міжнародних дослідницьких проєктів, як Європейське дослідження цінностей (EVS), Світове дослідження цінностей (WVS), тощо. Так створено базу даних «Світового індексу благодійності» (World Giving Index, WGI), що охопив 153 країни світу (95 % населення планети), детальний аналіз методології якого щодо формування сприятливого середовища для розвитку громадянського суспільства на пост-радянському просторі, зокрема в Україні, зроблено вітчизняними соціологами (Сальнікова, 2014).

Серед українських дослідників, які займалися вивченням етичних аспектів проведення соціологічних досліджень, критикою підходів до аналізу й представлення соціологічної інформації, можемо назвати І. Бекешкіну (2019) та В. Паніотто (2014). Отже, проблема залучення маніпулятивних технологій під час обробки великих масивів цифрових даних є актуальною для соціології.

2. МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА

Методологічна база дослідження ґрунтується на аналізі наукової літератури щодо теорій визначення, розпізнавання поширення методів маніпуляції кількісними даними й принципів протидії маніпулятивним технологіям. На основі соціологічних досліджень проаналізовано можливі форми маніпуляції даними в контексті їх візуалізації та інтерпретації, зокрема:

1. Вторинний аналіз соціологічного дослідження «Актуальні потреби й бачення можливостей для кар'єрного та професійного зростання ветеранів», проведеного Українським ветеранським фондом при Міністерстві у справах ветеранів України 15–25 січня 2024 р., методом анонімного онлайн-опитування за стихійною вибіркою (n=1043). Відзначають, що «результати опитування не є репрезентативним, проте відображають актуальні настрої та певні тенденції серед цільової аудиторії» (Величко-Трифонюк та ін., 2024, с. 2).

2. Вторинний аналіз соціологічного дослідження «Аналіз системи соціального захисту ветеранів та військовослужбовців», проведеного благодійною організацією «Юридична сотня» за фінансування Національного фонду на підтримку демократії (NED) методом телефонного опитування ветеранів/-нок, які звернулися на гарячу лінію ГО «Юридична сотня», що проводилося протягом серпня 2019 р., за стихійною вибіркою (n=1215). У дослідженні взяли участь респонденти з 10 населених пунктів (Київ, Харків, Дніпро, Одеса, Львів, Запоріжжя, Маріуполь, Кривий Ріг, Житомир, Біла Церква) (Морій та ін., 2022, с. 19).

3. Вторинний аналіз соціологічного дослідження «Життя після конфлікту: опитування щодо соціально-демографічних та соціально-економічних характеристик ветеранів конфлікту на сході України і їхніх сімей», проведеного за ініціативи Міжнародної організації з міграції (МОМ в Україні, 2020, с. 1–2) упродовж липня–жовтня 2019 р., охопив 2530 респондентів (n=2530), 1780 із яких – ветерани, які безпосередньо брали участь у бойових діях, 750 – члени їхніх сімей (дружини, чоловіки або партнери). Опитування проводили у формі структурованого інтерв'ю в трьох областях із найбільшою концентрацією ветеранів у Київській, Дніпропетровській і Львівській областях, вибірку респондентів здійснювали методом «снігової кулі», а початкову вибірку формували випадковим чином із бази телефонних номерів «Info Sapiens».

3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Найбільш розповсюджені види маніпуляцій із соціологічною інформацією

Уміння працювати з кількісною інформацією – quantitative literacy – дає необмежені можливості для розвитку аналітики та прогнозування в соціології, у той час як обробка інформації якісного

характеру – qualitative literacy – передбачає лише ілюстрування вже виявлених тенденцій і не дає можливості створити загальне враження щодо проблеми, яка нас цікавить.

У сучасному суспільстві сформувався глобальний інформаційний простір, де всі ми пов'язані й залежні один від одного через інформацію. Тож інформаційне суспільство, у якому ми живемо, створює ідеальні умови для маніпуляції, більше того – робить її максимально ефективною. Сьогодні ми маємо доступ до величезного обсягу інформації й деякі люди та організації використовують цей доступ, щоб маніпулювати нашою свідомістю. Маніпуляція – це спосіб зміни думок і поведінки людей, найчастіше таким чином, що вони навіть не усвідомлюють цього. Наприклад, політичні партії можуть застосовувати спотворену інформацію, щоб переконати нас підтримати їхнього кандидата, а не іншого, наприклад те, що зараз відбувається в США. Отже, ми повинні бути обізнаними та критично оцінювати інформацію, особливо цифрову, яку отримуємо. Важливо усвідомлювати, що не завжди те, що здається нам нашим власним вибором, справді таким є.

Наведемо приклади маніпулювання інформацією в соціології, пов'язані з використанням кількісних методів аналізу:

1. Вибір дослідницької стратегії та інтерпретація результатів. Соціологи можуть надати перевагу використанню якісних чи кількісних методів дослідження залежно від своїх особистих поглядів чи упереджень. Наприклад, щодо ефективності програми боротьби з безробіттям кількісний аналіз може вказати на незначне поліпшення ситуації, тоді як якісний – може зосередитися на позитивних історіях успіху, ігноруючи загальну тенденцію.

2. Спотворення уявлень. Під час інтерпретації даних, як якісних, так і кількісних досліджень, соціологи можуть акцентувати увагу на певних аспектах, щоб підкреслити свою думку або підтримати певну аргументацію. Це доволі поширена проблема в соціологічних дослідженнях, яка може призвести до неточних або оманливих висновків, за допомогою яких можна маніпулювати громадською думкою. Існує декілька типів спотворень уявлень, що можуть виникнути в соціологічних дослідженнях:

- вибіркове підтвердження: учені можуть шукати й інтерпретувати дані, які підтверджують їхні погляди, ігноруючи дані, що їм суперечать;
- підтверджуючі цитати: дослідники можуть вибирати цитати з даних, котрі підтверджують їхні аргументи, й ігнорувати цитати, що їм суперечать;
- неповне представлення даних: науковці можуть не представляти всі дані дослідження або можуть подати їх таким чином, щоб підкреслити певні аспекти;
- викривлення в інтерпретації даних: науковці можуть навмисно неправильно інтерпретувати дані, висвітлюючи їх таким чином, щоб відповідали певній думці.

3. Вибір даних для аналізу. Відбір даних для підтвердження певної гіпотези або підтримки певної позиції може здійснюватися таким чином, що залишає без уваги цілі блоки важливої інформації, аналіз якої міг би спростувати ключові сентенції дослідження. Наприклад, під час вивчення міграційних тенденцій, дослідники найчастіше упускають інформацію про вплив економічних факторів, вважаючи за краще підкреслити ефект політичних або соціокультурних чинників. Цікавим прикладом вищенаведених методів маніпуляції інформацією може бути соціологічне дослідження щодо визначення ключових напрямів ресоціалізації ветеранів, зроблених Українським ветеранським фондом. Відповідно до звіту за 2024 р., виділено декілька ключових проблем, актуальних, на думку дослідників, для зазначеної категорії населення України (рис. 1).

Візуалізація даних свідчить, що головною проблемою ветеранів / -нок на початку 2024 р. було безробіття (30,95 %), інші показники видаються не значущими під час порівняння із найвищим, однак, якщо зробити сумарний підрахунок і скласти відсотки, наведені за сферами працевлаштування, то з'ясуємо, що 59,28 % респондентів засвідчили, що працевлаштовані, і вказали сферу своєї діяльності. Отже, реальна картина щодо працевлаштування ветеранів / -нок, за результатами анонімного онлайн-опитування, є такою (див. рис. 2).

Як позитивний приклад розкриття проблеми працевлаштування ветеранів / -нок в українському суспільстві можемо навести візуалізацію, зроблену в рамках дослідження, проведеного ГО «Юридична сотня» за фінансування Національного фонду на підтримку демократії (NED): «Аналіз системи соціального захисту ветеранів та військовослужбовців» (рис. 3).



Рис. 1. Розподіл відповідей респондентів на запитання: «Яка Ваша поточна сфера зайнятості?»
Джерело: (Величко-Трифонюк та ін., 2024, с. 5).

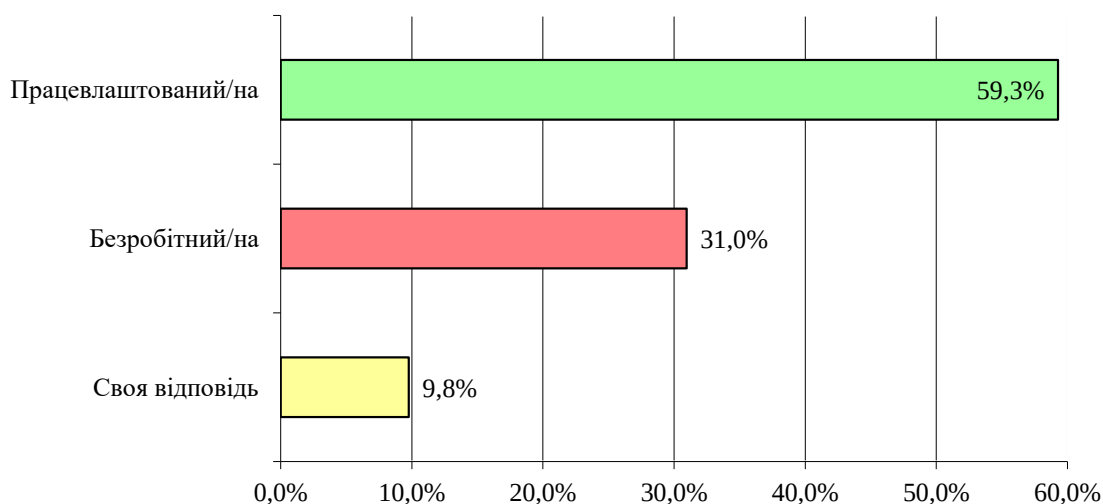


Рис. 2. Реальна картина щодо працевлаштування ветеранів /-нок
Джерело: зроблено авторами статті за даними (Величко-Трифонюк та ін., 2024, с. 5).

Цікавим є той факт, що відсотки ветеранів / -нок, які не мають роботи, і в першому прикладі (рис. 1), і в другому (рис. 3) сумарно майже збігаються – 31 % та 27 % відповідно (± 5 %), однак загальне враження від наочної інтерпретації радикально відрізняється. Відповідно до висновків Українського ветеранського фонду безробіття, для ветеранів / -нок є найбільшочішою проблемою, що наочно демонструє (рис. 1), а результати аналізу, проведеного «Юридичною сотнею», хоча за цифрами й збігаються, однак висвітлюють зовсім іншу картину.

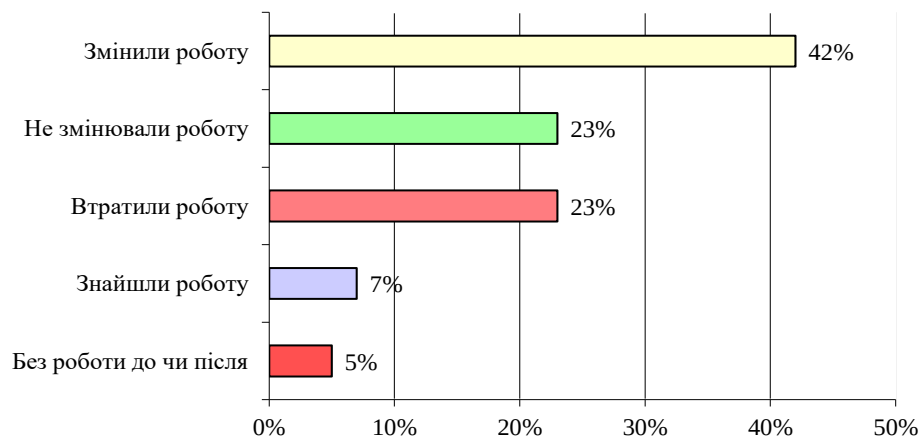


Рис. 3. Розподіл поточного статусу працевлаштування ветеранів щодо статусу до служби
Джерело: зроблено авторами статті за даними (Морій та ін., 2022, с. 13).

Наведений на рис. 1 приклад спотворення уявлень є серйозною проблемою в соціологічних дослідженнях, однак у боротьбі з нею можна вжити низку заходів, щоб уникнути маніпулятивних впливів.

4. Маніпуляція зі зразком. Соціологи можуть навмисно обирати певний зразок для дослідження, щоб досягти заздалегідь визначених результатів (таких, у яких зацікавлений замовник). Наприклад, якщо дослідження політичних переваг проводиться в регіоні, де симпатії – на боці певної політичної сили, вибірка може бути спотворена на її користь. Результати президентських виборів 2016 р. в США стали несподіванкою для всіх аналітиків і соціологів, включаючи Хілларі Клінтон, яка до останнього дня була впевнена у своїй перемозі, спираючись на кількісні показники соціології й підтримку кількох урядових агентств більшою мірою, ніж це коли-небудь в історії США було зроблено для кандидатів на посаду президента країни. Поки увагу суспільства зосереджено на розмовах про ненасильницькі методи протесту та захист прав знедолених і пригнічених, Дональд Трамп фактично захопив владу, спираючись на гасла, які влаштовували незадоволену, незаможну більшість. Із погляду громадської думки, він зробив це «непомітно», оскільки майже ніхто в США не зрозумів, що живе вже в іншому суспільстві, з іншою системою цінностей¹.

Ці приклади демонструють, як застосування різних методів аналізу й інтерпретації даних у соціології може сприяти маніпуляції інформацією та спотворювати соціальну реальність відповідно до упереджених поглядів або цілей дослідників, залучених до збору інформації. Тож найбільш поширеними формами розповсюдження маніпуляцій із соціологічними даними на сьогодні є такі.

¹ Тут і надалі: автори свідомо не наводять ні цифрові показники, ні посилання на джерело оприлюднення викривленої інформації, щоб запобігти подальшому поширенню маніпулятивної технології.

1. Створення фальшивих соціологічних опитувань або спотворення результатів реальних опитувань задля підтримки конкретних наративів. Наприклад, опитування, що показують нібито високу підтримку певних політиків, рухів, реформ тощо.

2. Вибіркове представлення даних – публікація лише тих результатів опитувань, які відповідають світоглядним позиціям автора, або цитування результатів опитувань, що могли б підкріпити певні політичні твердження. Наприклад, дані про незадоволення українців економічною ситуацією використовувалися для створення враження, що населення України не підтримує свій уряд і схиляється до іншої політичної сили.

3. Маніпуляції через ЗМІ та соціальні мережі задля впливу на масову свідомість. Зокрема, поширення фальшивих соціологічних досліджень у міжнародних ЗМІ. Наприклад, опубліковано «дослідження», які показували, що більшість європейців підтримують політику росії щодо України, хоча інформація не підтверджувалася жодними незалежними соціологічними опитуваннями. Потрібно зауважити, що українські науковці неодноразово звертали увагу на те, що треба перевіряти те, «хто проводив дослідження» (Сальнікова, 2021, с. 177–179) та які обмеження використання даних міжнародних порівняльних досліджень, як-от: порівнюваність, інтерпретація й рейтингування та на необхідність аналізу проєктів, ініційованих міжнародними інституціями, є джерелами показників для порівняльного вивчення суспільств на глобальному рівні й розширення спектра методичних та аналітичних інструментів у соціології задля запобігання маніпуляціям через ЗМІ (Сальнікова та ін., 2020).

Ці обмеження зумовлені соціально-культурними відмінностями країн, відсутністю єдиної системи фіксації статистичних даних, різною кількістю держав-учасниць проєктів і варіативністю джерел первинних даних для обчислення індексів. Також важливу роль відіграє політична ситуація в країні. Для аналізу даних окремої держави потрібно розглядати всі роки її участі в проєкті та звертати увагу на змістове наповнення індексу і його складових частин. Цінність дослідження полягає в акумуляції електронних посилань про міжнародні проєкти в межах одного джерела, що спрощує пошук необхідної інформації. Проте кількість і тематична варіативність міжнародних макросоціальних показників значно більша, тому перспективи цього дослідження полягають у розширенні їх кола, детальному аналізі окремих інституцій і/або проєктів, що їх конструюють, та проведенні тематичних наукових досліджень із застосуванням макросоціальних показників.

4. Інформаційна війна в соціальних мережах. Соціальні мережі стали важливим інструментом для маніпуляції даними. На сьогодні на професійному рівні існують цілі фабрики тролів і ботів, які фабрикують та поширюють фальшиві соціологічні дані й опитування, створюючи ілюзію широкої підтримки проросійських сил та дискредитації української влади. Результатом такої діяльності є зниження довіри до реальних соціологічних досліджень. Маніпуляція цифровими даними – серйозна соціологічна проблема, що потребує комплексного підходу для її розв'язання. Необхідні скоординовані зусилля з боку науковців для розробки ефективних стратегій боротьби з цією загрозою. Вивчення зазначеної проблеми та впровадження ефективних заходів її подолання допоможе зберегти довіру до інформації й забезпечити стабільність суспільства в умовах війни.

3.2. Типові механізми маніпуляції соціологічними даними

Типовими механізмами маніпуляції даними, коли цифри коректні, але їх інтерпретація створює неправильне уявлення про ситуацію, є ефект низької та високої бази.

Ефект низької бази – це явище, коли людина вважає низькі цифрові показники вигідними через порівняння з альтернативами або рівнем якості, що мають ще більш низькі показники або гіршу якість.

Ефект високої бази – це явище, коли людина вважає, що вищий рівень цифрових показників є вигідним через порівняння з альтернативами або рівнем якості, котрі мають ще вищий рівень показників або вищу якість.

У соціології ефекти низької та високої бази можуть простежувати в різних контекстах. Ось кілька прикладів:

1. Статусні показники в освіті. У соціологічних дослідженнях про освіту можна помітити ефект низької бази, коли люди з низьким рівнем освіти вважають свій рівень знань задовільним,

оскільки порівнюють його з іншими людьми з подібним або навіть меншим рівнем освіти. Також можна побачити ефект високої бази серед осіб із високим рівнем освіти, які можуть вважати свій рівень знань задовільним лише через порівняння з випускниками навчальних закладів зі статусом елітних або висококваліфікованими фахівцями.

2. Матеріальні статки. У дослідженнях про соціальний статус і доходи можна побачити ефект низької бази, коли люди з невеликим доходом вважають свою фінансову ситуацію задовільною, оскільки порівнюють її з людьми, які мають ще менші доходи. З іншого боку, особи з високим доходом можуть вважати свою фінансову ситуацію задовільною лише в порівнянні з найбагатшими прошарками суспільства, що відображає ефект високої бази.

3. Оцінка здоров'я та медичних послуг. У дослідженнях проблеми ставлення до здоров'я й доступності медичних послуг люди можуть вважати, що мають задовільний стан здоров'я, оскільки порівнюють його з тими особами, які стикаються зі значно серйознішими проблемами, ніж вони. З іншого боку, респонденти з високими статками можуть вважати, що медичні послуги задовольняють їхні потреби лише через порівняння з найвищими стандартами медичної допомоги.

Наведені варіанти демонструють, як ефект низької та високої бази може впливати на сприйняття та оцінку різних аспектів життя суспільства. Ще на одному прикладі можна продемонструвати, як візуалізація одних і тих самих цифрових даних впливає на формування уявлення про результати дослідження. Наприклад, за результатами соціологічного дослідження «Життя після конфлікту: опитування щодо соціально-демографічних та соціально-економічних характеристик ветеранів конфлікту на сході України та їхніх сімей», проведеного Міжнародною організацією з міграції (2021), у першому графіку результати приблизно однакові, наведено інформаційні канали ветеранів / -нок і партнерів ветеранів / -нок (рис. 4), що, вочевидь, демонструє ефект низької бази. На рис. 5 ми відтворили ті ж самі цифрові дані в рамках повної 100 % шкали в послідовності, що демонструє стійку тенденцію до зростання – ефект високої бази (рис. 5).

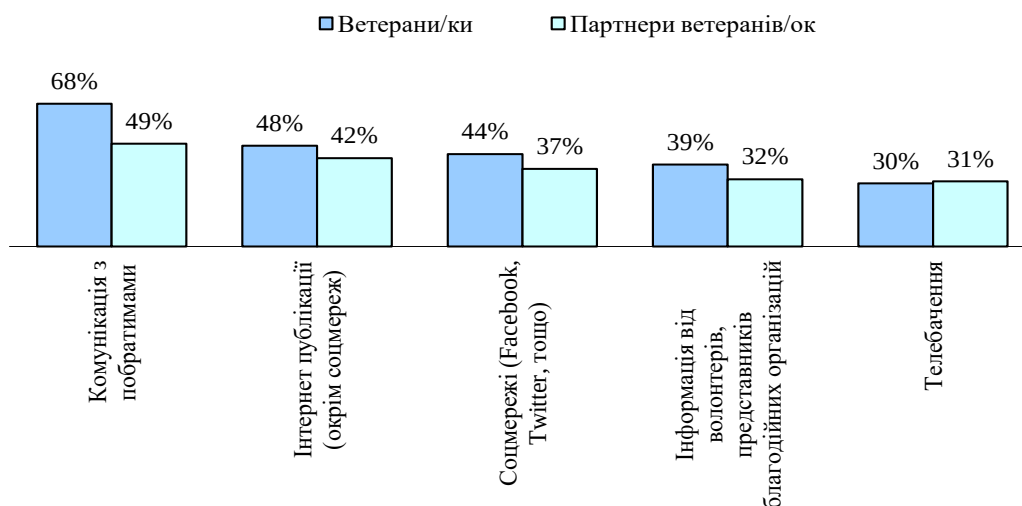


Рис. 4. Інформаційні канали ветеранів / -нок та партнерів ветеранів / -нок

Джерело: (МОМ в Україні, 2022, с. 15).

Насправді на рис. 4 та 5 наведено одні й ті самі значення. Різниця тут полягає лише у виборі кроку під час побудови діаграми, який змінено на менший по вертикальній осі Y. Це ще один приклад маніпуляції даними. Те, як ми представляємо підсумкові результати соціологічних досліджень, суттєво впливає на уявлення читачів про динаміку змін.

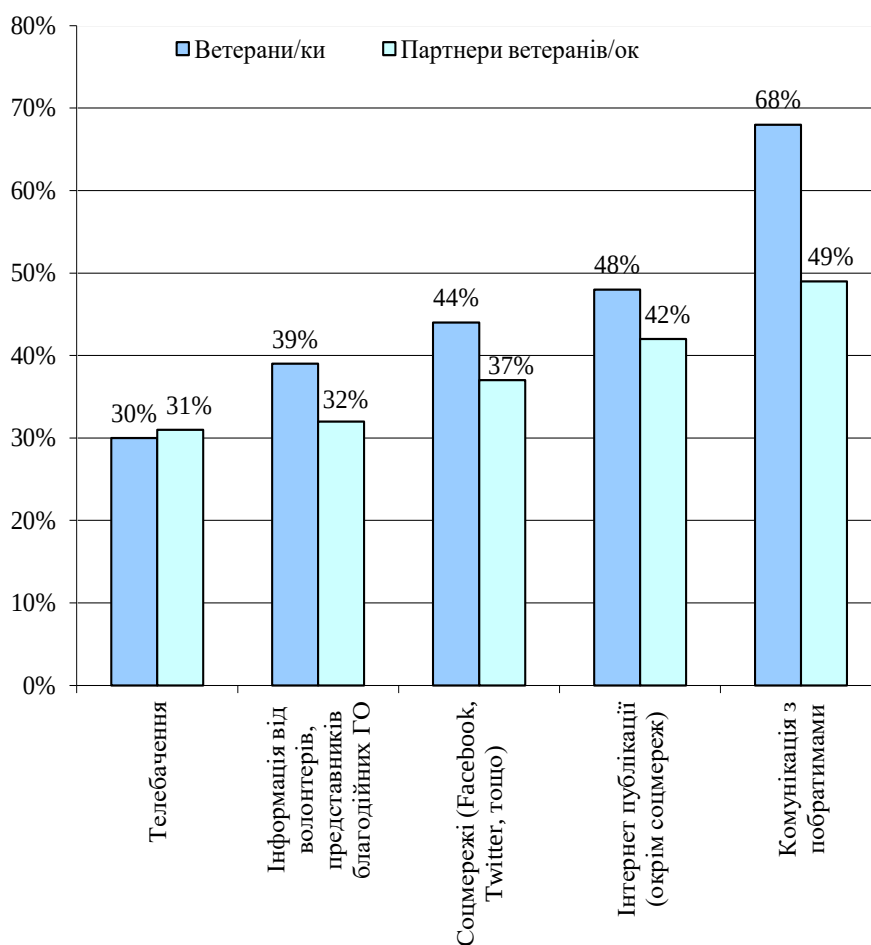


Рис. 5. Інформаційні канали ветеранів / -нок та партнерів ветеранів / -нок
Джерело: зроблено авторами статті за даними (МОН в Україні, 2022).

Наприклад, якийсь заклад вищої освіти на своєму сайті може написати, що 70 % їхніх випускників працевлаштовуються після отримання диплома. У багатьох, хто прочитає такий текст, виникне відчуття, що 70 % з усіх, хто там навчається, дійсно затребувані на ринку праці. Однак не все так просто. Може виявитися, що це можуть бути 70 % серед тих, хто заявив, що «прагне знайти нову роботу» серед загальної більшості студентів, не налаштованих на працевлаштування. І ось серед тих, хто дійсно хотів і намагався отримати роботу за здобутою спеціальністю, 70 % досягло успіху. Таке уточнення як серед тих, хто «хотів знайти роботу за спеціальністю», може бути дуже значущим. Уявімо, що в групі студентів 100 осіб, серед яких 20 хочуть знайти роботу і є справді дуже мотивованими, виконують усі завдання, відгукуються на вакансії. Решта 80 – не такі активні. Тоді число «справді тих, хто шукає роботу», становитиме 20 осіб, за оцінками дослідників, однак яка кількість із них прагне знайти роботу за обраною спеціальністю. Якщо 70 % – це розрахунок із 20, то за спеціальністю знайшли роботу лише 14 осіб. Але якщо брати ставлення цих 14 до всіх 100 опитаних студентів, які пройшли навчання, то відсоток вийде значно менший – 14 % тих, хто працевлаштувався за здобутою спеціальністю. А це вже зовсім інша цифра. Ми не знаємо, скільки з тих, хто не отримав роботу, не вийшли на контакт. Ми не знаємо, чи задоволені люди, які отримали роботу. Тож постає питання загальної оцінки якості проведеного й презентованого дослідження.

У наведених вище прикладах можемо помітити, що дані завжди використовувалися для того, щоб підкріпити якесь твердження. Маніпуляція інформацією може включати різні методи й прийоми, які соціологи застосовують для впливу на думку широкої громадськості в певному ракурсі сприйняття соціальної реальності.

Отже, під час збору та обробки великих масивів цифрової інформації виникає багато простору для різних хитрощів і маніпуляцій, починаючи від формулювання питань і закінчуючи інтерпретацією даних. Це може призвести до спотворення результатів досліджень та неправильного розуміння суті проблеми. Тому важливо бути критичним до представленої інформації, уникаючи пасток маніпуляцій, і завжди перевіряти джерела отримання даних, їх репрезентативність та, головне – доброчесність роботи дослідника. Лише так можна забезпечити об'єктивність і достовірність отриманої інформації, яка в сучасному світі має занадто велике значення.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Маніпуляція інформацією є серйозною проблемою в соціології, яка може мати негативні наслідки для суспільства. Саме тому вкрай важливо вживати конкретні заходи для запобігання маніпуляції інформацією та підвищувати обізнаність громадян, особливо в сучасних умовах ведення агресивної інформаційної війни. Аналіз великих обсягів кількісних даних розширює можливості для аналітики й прогнозування, але в певних випадках може стати підґрунтям для викривлення уявлення про проблему. Якісні методи описують досвід, але не дають можливості для узагальнень. Тож потрібно поєднувати кількісні та якісні методи для отримання комплексного розуміння соціальних проблем. Однак треба пам'ятати, що існує багато способів маніпулювати інформацією в соціологічних дослідженнях, уключаючи вибір методології, розрахунок вибірки, інтерпретацію даних, відбір даних для аналізу й маніпуляцію вибіркою. Типовими механізмами маніпуляції соціологічними даними є ефект низької бази, який створює ілюзію, що низькі цифрові показники вигідніші у порівнянні з альтернативами; ефект високої бази може гіперболізувати проблему, візуалізація даних дає змогу викривляти сприйняття кількісної інформації та спотворювати результати дослідження (надмірна деталізація / узагальнення), у той час як інтерпретація даних спроможна вплинути на формування громадської думки. Отже, вкрай важливою сьогодні є критична оцінка інформації, яку ми отримуємо, та дотримання науковцями професійної етики.

Перспективним напрямом подальших наукових розвідок у контексті вивчення маніпуляцій із соціологічними даними є розробка методів виявлення маніпуляцій та запобігання їм у соціологічних дослідженнях, створення програм підвищення обізнаності громадян щодо можливих інформаційних впливів.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

- Бекешкіна, І. (2019). Громадянське суспільство в Україні: погляд громадян. *Соціологічні виміри громадянського суспільства в Україні*. За ред. О. Резніка (сс. 110–119). Київ: Ін-т соціології НАН України.
- Величко-Трифонюк, Р. та ін. (2024). *Актуальні потреби та бачення можливостей для кар'єрного і професійного зростання ветеранів*. Звіт Українського ветеранського фонду при Мінветеранів. Отримано 25.04.2024 з <https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2024/02/pracevlashtuvanna.pdf>
- МОМ в Україні (2020). Життя після конфлікту: опитування щодо соціально-демографічних та соціально-економічних характеристик ветеранів конфлікту на сході України та їхніх сімей. Київ: МОМ в Україні. Отримано 25.04.2024 з https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmzbd1861/files/documents/veterans_reintegration_survey_2020_ukr.pdf
- Морій, Ю. та ін. (2022). *Аналіз системи соціального захисту ветеранів та військовослужбовців*. Отримано 25.04.2024 з <https://legal100.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/2022-Bila-kniga.pdf>
- Паніотто, В., Максименко, В., Харченко, Н. (2014). *Статистичний аналіз соціологічних даних*: монографія. Київ: КМ Академія.
- Сальнікова, С. (2014). Благодійність населення східноєвропейських країн із радянським минулим. *Соціологічні студії*, 2 (5), 39–45. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2014-02-39-45>
- Сальнікова, С. (2021). *Вибірка у соціологічному дослідженні*. Луцьк: Вежа-Друк.
- Сальнікова, С., Мурадян, О., Сидоров, М. (2020). Міжнародні макро-соціальні показники як аналітичні інструменти в соціології. *Соціологічні студії*, 2 (17), 41–54. DOI: 10.29038/2306-3971-2020-02-41-54
- Edward, H. C., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: the Political Economy of the Mass Media*. London: Random House. Retrieved May 9, 2024 from <http://surl.li/urilt>

- Kyrychenko, R., & Salnikova, S. (2022). Dynamics of Aggressive Discourse on Ukraine and the West in the Russian Pro-Government Media in 2000-2022. *European Journal of Transformation Studies*, 12(2), 172–191. Retrieved April 10, 2024 from https://www.journal-transformation.org/docs/issues/EJTS_2022_Vol_10_No_2/EJTS_2022_Vol_10_No_2.pdf
- Lynch, C. (2008). Community cleverness required. *Big data. Nature*, 455(7209). Retrieved May 5, 2024 from <https://www.nature.com/articles/455001a>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. University of Chicago Press.
- Orwell, G. (1949). 1984. HarperCollins Publishers. Retrieved April 14, 2024 from <http://surl.li/urikx>
- Schiller, H. I. (1976). Communication and Cultural Domination. International Arts and Sciences Press, 901. North Broadway, White Plains, New York, 126.
- Schiller, H. I. (1989). Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression. Oxford University Press. Retrieved April 10, 2024 from https://library.uniteddiversity.coop/Media_and_Free_Culture/Culture_Inc-The_Corporate_Takeover_of_Public_Expression-Herbert_I_Schiller.pdf
- Sydorov, M., & Salnikova, S. (2021). SERVQUAL Model in HEI Monitoring Survey as a Part of Quality Assurance Policy. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 170, 204–209. <https://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.210320.036>
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. W. W. Norton & Company. Retrieved April 19, 2024 from <http://surl.li/uriqk>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Retrieved April 23, 2024 from https://books.google.com.ua/books/about/Nudge.html?id=dSJQn8egXvUC&redir_esc=y

REFERENCES

- Bekeshkina, I. (2019). Civil society in Ukraine: citizens' view. In O. Reznik (Eds.), *Sociological dimensions of civil society in Ukraine* (pp. 110–119). Kyiv: Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine.
- Edward, H. C., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: the Political Economy of the Mass Media*. London: Random House. Retrieved May 9, 2024 from <http://surl.li/urilt>
- IOM in Ukraine (2020). *Life after the conflict: a survey on socio-demographic and socio-economic characteristics of veterans of the conflict in eastern Ukraine and their families*. Kyiv: International Organization for Migration (IOM). Retrieved April 25, 2024 from https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmzbd11861/files/documents/veterans_reintegration_survey_2020_ukr.pdf
- Kyrychenko, R., & Salnikova, S. (2022). Dynamics of Aggressive Discourse on Ukraine and the West in the Russian Pro-Government Media in 2000-2022. *European Journal of Transformation Studies*, 12(2), 172–191. Retrieved April 10, 2024 from https://www.journal-transformation.org/docs/issues/EJTS_2022_Vol_10_No_2/EJTS_2022_Vol_10_No_2.pdf
- Lynch, C. (2008). Community cleverness required. *Big data. Nature*, 455(7209). Retrieved May 5, 2024 from <https://www.nature.com/articles/455001a>
- Moriy, Yu. et al. (2022). *Analysis of the system of social protection of veterans and military personnel*. Retrieved April 25, 2024 from <https://legal100.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/2022-Bila-kniga.pdf>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. University of Chicago Press.
- Orwell, G. (1949). 1984. HarperCollins Publishers. Retrieved April 14, 2024 from <http://surl.li/urikx>
- Paniotto, V., Maksimenko, V., & Kharchenko, N. (2014). Statistical analysis of sociological data: monograph. Kyiv: KM Academy.
- Salnikova, S. (2014). The Charity of Population of East European Countries with the Soviet Past. *Sociological Studios*, 2 (5), 39–45. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2014-02-39-45>
- Salnikova, S. (2021). *Sampling in Sociological Research*. Lutsk: Veza-Print.
- Salnikova, S., Muradyan, O., & Sydorov, M. (2020). International Macrosocial Indicators as Analytical Tools in Sociology. *Sociological Studios*, 2 (17), 41–54. DOI: 10.29038/2306-3971-2020-02-41-54
- Schiller, H. I. (1976). Communication and Cultural Domination. International Arts and Sciences Press, 901. North Broadway, White Plains, New York, 126.
- Schiller, H. I. (1989). Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression. Oxford University Press. Retrieved April 10, 2024 from https://library.uniteddiversity.coop/Media_and_Free_Culture/Culture_Inc-The_Corporate_Takeover_of_Public_Expression-Herbert_I_Schiller.pdf

-
- Sydorov, M., & Salnikova, S. (2021). SERVQUAL Model in HEI Monitoring Survey as a Part of Quality Assurance Policy. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 170, 204–209. <https://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.210320.036>
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. W. W. Norton & Company. Retrieved April 19, 2024 from <http://surl.li/uriqk>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Retrieved April 23, 2024 from https://books.google.com.ua/books/about/Nudge.html?id=dSJQn8egXvUC&redir_esc=y
- Velychko-Tryfonyuk, R. et al. (2024). *Current needs and vision of opportunities for career and professional growth of veterans*. Report of the Ukrainian Veterans Fund under the Ministry of Veterans Affairs. Retrieved April 25 2024 from <https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2024/02/pracevlashtuvanna.pdf>