

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Manipulacja w mediach. Perswazja w reklamie

Anna Adamus-Matuszyńska

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Data: 6 listopad 2023 r.

Organizatorzy



Wpływ społeczny a manipulacja



Przez **wpływ społeczny** w psychologii rozumie się proces, w wyniku którego dochodzi do zmian w zachowaniach, postawach, doświadczanych emocjach czy stanach motywacyjnych pod wpływem rzeczywistych, bądź tylko wyobrażonych zachowań innej osoby czy grupy osób.

Manipulacja jest oddziaływaniem, w którym osoba wywierająca wpływ nie liczy się z interesem osoby, na którą wpływ ten jest wywierany. Ważna jest dla niej tylko własna korzyść.

Dariusz Doliński

Czym jest manipulacja?



- Manipulacja to świadoma taktyka przekonywania w taki sposób, aby manipulowany nie był świadomy, że jest poddany manipulacji.
- Manipulacja wpływa na myślenie ofiary, jej emocje, a w konsekwencji zachowania.
- Manipulant nie liczy się z potrzebami i interesami ofiary, ma na celu tylko swoją własną korzyść.
- Manipulant zaspakaja swoje potrzeby kosztem innych.
- Manipulowany wierzy, że wszystko robi z własnej nieprzymuszonej woli.
- Manipulowany daje się zmanipulować bo:
 - ✓ nie chce ukazywać swoich słabych stron,
 - ✓ nie chce dać się zranić,
 - ✓ chce akceptacji,
 - ✓ ulega światopoglądowi/przekonaniom grupy.

Perswazja



- To każdy proces komunikowania, którego celem jest intencjonalne przesyłanie informacji, aby modyfikować zachowania odbiorcy.
- Perswazja to akt zmiany postaw i zachowań odbiorców w kierunku zaplanowanym przez nadawcę.
- Perswazja to przekonywanie to racji nadawcy, nie oznacza, że chcemy zrobić komuś krzywdę.
- Czy znasz komunikowanie bez tej intencji?

Techniki manipulacji w mediach (1)



- Argumenty personalne
- Relatywizm
- Wnioskowanie pozbawione sensu
- Przeinaczanie i przeinterpretowywanie cudzych wypowiedzi, wyjmowanie słów z pełnej wypowiedzi,
- Oddziaływanie na emocje
- Fabrykowanie konsekwencji
- Kreowanie świata z nieprawdziwych przesłanek
- Manipulowanie znaczeniem słów
- Społeczne dowody słuszności – większość ma rację
- Korzystanie ze stereotypów

Przykład: Argumenty personalne

Przykład: Relatywizm



Q Szukaj

Google

SZUKAJ



SYMPATIA



GRY



OGŁOSZ

WIADOMOŚCI

SPORT

PREMIUM

BIZNES

REGIONALNE

POGODA

WIDEO I AUDIO

MOTORYZACJ

ONET › WIADOMOŚCI › POZNAŃ

Afera śmieciowa, zgony mieszkańców i politycy. Kto chronił bogatego rolnika

Na pola w zachodniej Polsce od lat miały trafiać tony niebezpiecznych śmieci, w tym popioły z niemieckich krematoriów, przeterminowana żywność z polskich marketów, farby i kleje.

Prokuratura podejrzewa, że sąsiedztwo szkodliwych odpadów prowadziło do zgonów mieszkańców. O stworzenie grupy przestępczej zakopującej śmieci oskarżyła bogatego rolnika z woj. lubuskiego Zbigniewa T. Źródła Onetu twierdzą, że rolnik działał od wielu lat, ale pozostawał bezkarny, bo finansował kampanie polityków i korumpował urzędników.



Łukasz Cieśla

Obserwuj



6,5 tys. • Dzisiaj, 16:30

Lubię to



Przykład: Skróty myślowe

Czytamy dalej w tym artykule:

„On jednak kategorycznie nie chciał o tym mówić, za to pogrążył innych polityków i urzędników — podkreślają nasze źródła znające kulisy śledztwa.”

Czyli wypowiedź wyrwana z kontekstu, w oparciu o którą następuje wnioskowanie.

Przykład: Oddziaływanie na emocje

Przykład: Kreowanie świata z uproszczonych przesłanek

Techniki manipulacji w mediach (2)



- Wykorzystywanie autorytetów, by uwiarygodnić przekaz.
- Fakty, których odbiorca nie ma jak zweryfikować.
- Komentowanie informacji, zamiast podania faktów.
- Umieszczanie prawdziwej informacji w kontekście wypaczającym jej sens.
- Wtrącanie na marginesie informacji na inny temat, niż główny przekaz.
- Nadanie nieproporcjonalnie dużej wagi informacji w celu wywołania wybuchu emocji.
- Zniekształcenie (poprzez proste zabiegi językowe) informacji w celu wywołania wybuchu emocji.
- Podanie nieprawdziwej informacji jako faktu.
- Wykluczanie pewnych autorytetów z mediów, a korzystanie z innych, którzy podzielają pogląd nadawcy.

Przykład: Wykorzystywanie autorytetów

A jak to jest w praktyce?

Centrum Przesiadkowe na Zawodziu kosztowało prawie 100 mln zł. W 2021 roku w sumie parkowało tam 23 848 pojazdów. Co oznacza, że dziennie można było zobaczyć tam około 65 pojazdów. Dostępnych jest ponad 400 miejsc postojowych.

Centrum Przesiadkowe Brynów to koszt prawie 90 mln zł. 12 114 pojazdów odnotowano tam w ubiegłym roku to oznacza, że dziennie około 33 pojazdy korzystały z tego parkingu. Dostępnych jest tam około 500 miejsc parkingowych.

Centrum Przesiadkowe Sądowa gościło 26 842 pojazdy w 2021 roku. To oznacza, że średnio dziennie parkowały tam 73 samochody. Obiekt kosztował ponad 65 mln zł, dostępny tam jest 55 miejsc postojowych.

W Centrum Przesiadkowym Ligota, które zostało oddane do użytku w 2018 roku, wydano 6792 bilety „O” (przypominamy, to dane za 2021 rok). To oznacza, że dziennie parkowało tam średnio 18 pojazdów. Dostępnych tam jest 110 miejsc parkingowych.

Co to jest reklama?



Reklama to wszelka płatna forma nieosobowego przedstawiania i popierania towarów, usług lub idei poprzez określonego nadawcę.

American Marketing Association

Cele reklamy:

- ✓ wywołać pragnienie
- ✓ generować potrzeby
- ✓ wzbudzać konkretne zachowania

Funkcje reklamy:

- ✓ informacyjna
- ✓ przekonywująca
- ✓ identyfikująca

Reklama to:



INFORMACJA + PERSWAZJA

Specyfika reklamy



- Każdy przekaz reklamowy jest opłacany.
- Przekaz reklamowy wykorzystuje media. Jest to proces komunikowania firmy z rynkiem o charakterze masowym.
- Jest to forma komunikowania bezosobowego.
- Nadawca reklamy jest jasno określony i łatwy do identyfikacji (to jest zdefiniowane w prawie).
- Odbiorca reklamy powinien być zdefiniowany zanim reklama zostanie przygotowana (to jest zagadnienie opracowywania kampanii reklamowej).

Cechy skutecznej reklamy



- Prostota
- Intryga, zaciekawienie
- Wciągająca historia
- Humor
- Estetyka
- Przekraczanie granic
- Odwaga myślenia
- Zaskoczenie konsumenta

„Ipod jest wszędzie” (2001)

Reguły wywierania wpływu (1)



Reguła lubienia

- poszukiwanie wspólnych cech
- wykorzystywanie podobieństw
- stosowanie komplementów
- wspólne wysiłki

Reguła społecznego dowodu słuszności

- działanie wielu innych
- działanie wielu podobnych

Reguła zaangażowania i konsekwencji

- zadawanie retorycznych pytań
- „wciąganie w grę”

Reguły wywierania wpływu (2)



Reguła autorytetu

- budowanie zaufania
- wykorzystywanie wiedzy
- budowanie wiarygodności

Reguła niedostępności

- ograniczony dostęp do dóbr materialnych i niematerialnych
- dostęp do informacji
- dostęp do unikalnych dóbr

Reguła wzajemności

- zobowiązania
- przysługi
- ustępstwa

Dlaczego ulegamy reklamie?

- Bo jest wszechobecna.
- Oddziałuje na nasze procesy poznawcze.
- Wykorzystuje automatyczne mechanizmy działania procesów poznawczych (np. powtórzenia, kolory, skandal, szok, silne emocje).
- Człowiek ulega stereotypom i schematom myślowym, przez co jego zachowania stają się automatyczne.
- Działamy według wcześniej wyuczonego schematu zachowań, nie zastanawiając się nad celowością działania. Po prostu jest jakiś bodziec i w odpowiedzi następuje wyuczona reakcja.
- Wniosek: wystarczy wzbudzić jakiś automatyzm, by reklama miała wpływ.

Dlaczego to wszystko działa?



- Dopamina to hormon, dzięki któremu odczuwamy przyjemność.
- Jej działanie wpływa na samopoczucie, energię i chęć do działania, motywację.
- Na przykład podczas spożywania czekolady następuje **wzrost dopaminy, co wywołuje uczucie zadowolenia i spełnienia.**
- Dowiedziono, że dopamina jest zaangażowana w działanie tzw. systemu nagrody. Polega on na tym, że aktywność neuronów dopaminowych wzrasta, gdy oczekujemy na zdarzenie sprawiające nam przyjemność – np. rozrywkę, zakupy, dobre jedzenie, hazard itd.
- Naukowcy odkryli również, że odgrywa ona kluczową rolę w procesie powstawania uzależnień. Podczas zażywania substancji psychoaktywnych wzrasta ilość dopaminy uwalnianej z zakończeń neuronów dopaminergicznych w ośrodkowym układzie nerwowym, co wiąże się z odczuwaniem euforii. Niestety, organizm z czasem przyzwyczaja się i aby osiągnąć ten sam efekt pobudzenia, należy przyjmować coraz to większe dawki danej substancji (co w efekcie doprowadza do silnego uzależnienia).

Kto korzysta z tej wiedzy?



- Media, np. serwisy internetowe chcą nas jak najdłużej zatrzymać przy ekranie komputera czy smartfona (ekonomia uwagi), więc bombardują nas informacjami, które wywołują przyjemność, np. *wow, ale to wspaniałe!*, lub *dobrze mu tak*, lub *ileż mam polubień dzisiaj, o znów ktoś udostępnił mój post*.
- Z każdą taką reakcją rośnie poziom dopaminy, co wyzwala emocje i chcemy tego więcej. Więc co robimy?
- Sprawdzamy, szukamy, czekamy, skrolujemy, itp. i ... prawie się uzależniamy.

Przykłady reklam perswazyjnych

Cechy człowieka według ekonomii neoklasycznej:

- ❖ racjonalny, dokonujący optymalnych wyborów, kalkulujący skrupulatnie koszty i korzyści *homo economicus*,
- ❖ egoista,
- ❖ zdolny do przyswojenia pełnej informacji,
- ❖ konsekwentny w działaniu,
- ❖ nadużywa dóbr publicznych, tzw. efekt gapowicza (*ktoś to na pewno to zapłaci, albo należy mi się*)
- ❖ charakteryzuje go myślenie refleksyjne, niewrażliwe na kontekst i otoczenie,
- ❖ podejmuje w pełni przemyślane decyzje

Cechy człowieka według ekonomii behawioralnej:

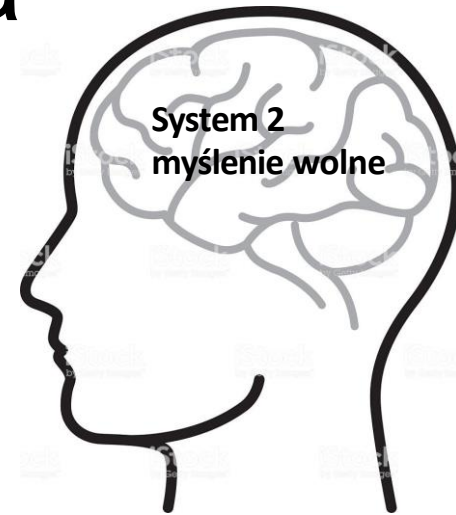
- ❖ nieracjonalny, podejmujący błędne decyzje,
- ❖ niezdolny do optymalnej kalkulacji i przyswajania pełnej informacji,
- ❖ niekonsekwentny,
- ❖ ulega emocjom i kieruje się interesem innych, a nie tylko własnym,
- ❖ skłonny do partycypowania w kosztach dóbr publicznych na określonych warunkach
- ❖ cechuje go myślenie automatyczne, impulsywne, uzależnione od kontekstu

Dwa systemy myślenia człowieka



Cechy:

- ✓ Odpowiada za automatyczne reakcje
- ✓ Jest emocjonalny
- ✓ Działa bez udziału świadomości
- ✓ Pochłania mało energii
- ✓ Szybki



Cechy:

- ✓ Wymaga skupienia uwagi
- ✓ Jest logiczny
- ✓ Daje poczucie świadomości i kontroli nad procesem myślenia
- ✓ Pochłania dużo energii
- ✓ Wolny

Podsumowanie



- ▶ Sposobem na obronę przed manipulacją, jest poznanie i zrozumienie technik manipulacji.
- ▶ W momencie, gdy poczujemy się manipulowani, odczujemy, że emocje zaczynają nami rządzić.
- ▶ Czyli ochrona przed manipulacją to znajomość własnych emocji, kiedy powstają, co z nami robią, jak na nas wpływają.
- ▶ Świadomość własnych emocji pozwala bronić się przed manipulacjami.