

**Як не стати овочем.
Інструкція з виживання в
інфопросторі**

Як часто вам здається, що вас дурять в інтернеті? Або ви усвідомлюєте, що це маніпуляція чи шахрайство, проте не розумієте, навіщо й кому вона потрібна? Facebook-тест “Який святий тобою опікується”, повідомлення “Завтра Viber буде платним — перешли це далі і для тебе він залишиться безкоштовним”, прохання “Перешліть це повідомлення, і ми перерахуємо 1 цент на лікування” та ще тисячі інших варіантів мають одну мету — обманути вас. У книжці “Як не стати овочем. Інструкція з виживання в інфопросторі” зібрані основні маніпуляції та шахрайства цифрового світу у форматі “суть — причина — наслідки — що робити”. Простою мовою на конкретних прикладах.

У книжці ви дізнаєтеся: про маніпуляції в Facebook, YouTube, Google, Viber, Telegram, Вікіпедії та онлайн-медіа; як безпечно користуватися гаджетами і вберегти свої персональні дані; як не потрапити на гачок шахраїв та маркетологів; як безпечно знаходити відповіді на фінансові, економічні та політичні питання.

Тут ви підтвердите свої здогадки, дізнаєтеся багато нового, а головне — зрозумієте, як не потрапити на гачок шахраїв, політиків та онлайн-зłodіїв. А ще ці знання допоможуть пояснити рідним, які небезпеки чатують на них в онлайні.

Для кого ця книжка: для тих, хто хоче зрозуміти, як ним маніпулюють, і вміти цьому протистояти; для тих, хто хоче навчити рідних протистояти шахрайству та маніпуляціям; для вчителів, які хочуть самі розібратися й передати ці знання учням

ЯК НЕ СТАТИ

ОВОЧЕМ

Інструкція
з виживання
в інфопросторі



ОКСАНА МОРОЗ



ЯК НЕ СТАТИ ОВОЧЕМ

ІНСТРУКЦІЯ З ВИЖИВАННЯ В ІНФОПРОСТОРІ

Харків



2021



2021

ISBN 978-966-982-705-0 (epub)

Жодну з частин даного видання
не можна копіювати або відтворювати в будь-якій формі
без письмового дозволу видавництва

Серія «Актуальна тема»

Дизайн обкладинки Попової Оксани

Електронна версія створена за виданням:

Мороз О.

Як не стати овочем. Інструкція з виживання в інфопросторі / Оксана Мороз. — Х. : Віват, 2021.
— 208 с. — (Серія «Актуальна тема», ISBN 978-617-690-089-4).

ISBN 978-966-982-521-6 (укр.)

Ця книжка — інструкція з виживання в сучасному інформаційному просторі. У ній зібрано основні способи маніпулювання та шахрайств в інтернеті. Простою мовою на конкретних прикладах розказано, як їх розпізнати, чим вони шкідливі та як діяти, щоб мінімізувати ризики та шкоду.

Книжку написано у форматі довідника, щоб більш обізнані читачі могли структурувати знання, а ті, хто тільки починає шукати відповідь на запитання «Як мною маніпулюють?», швидко зорієнтувалися.

Видання стане знахідкою для тих, хто хоче пояснити рідним і знайомим, як діють маніпулятори та шахраї.

УДК 316.658=161.2

© Мороз О. Ю., текст, 2021

© Попова О. В., дизайн, 2021

© ТОВ «Видавництво “Віват”», видання українською мовою, 2021

ЯК НЕ СТАТИ ОВОЧЕМ, АБО ЧОМУ Я НАПИСАЛА ЦЮ КНИЖКУ

Хто ж такі «овочі»? Упевнена, що це запитання крутиться зараз у вашій голові. Хтось побачив назву книжки й згадав мене незлим тихим словом: «Як вона може таке говорити? Та хто вона така?!» Інші зацікавлено почнуть гортати сторінки, вчитуватися у зміст, бо й самі не раз думали про те, як часто з нас намагаються зробити «овочів».

Так-от, «овоч» — це стан, у якому людина нічого не хоче робити сама. Їй зручно йти за руку по доріжці, протоптаній маніпулятором чи шахраєм. Згаданий стан не виникає з волі самої людини, а зумовлений низкою чинників, про які я докладно розповіла у своїй першій книжці «Нація овочів? Як інформація змінює мислення та поведінку українців». Якщо коротко, то це результат системного впливу маніпуляцій та зовнішніх умов, у яких ми опинилися історично і які спричинили втрату інформаційного імунітету в більшості наших співгромадян. Ідеться про добу СРСР, 1990-ті, кризу 2008-го, зміну аналогової ери на цифрову, війну, коронавірус та ін.

Деякий час людина протистоїть «овочизму», спираючись на свій досвід, освіту, поради оточення. Проте якщо вона не дотримується базової інформаційної гігієни, не вміє фільтрувати інформацію, то концентрація інформаційних вірусів у її голові зростає до критичної межі і саме маніпулятори починають визначати думки та дії такої людини. Натомість її самостійний вплив на них номінальний. Це і є стан «овоча».

Ніхто не хоче бути «овочем», проте, ставши ним, ніколи не визнає, що це так. Мета моєї книжки — боротися з маніпуляторами. Не допустити, щоб ті українці, які вже потрапили під їхній вплив і зараз рухаються до стану «овоча», перетнули червону лінію.

Так сталося, що за 39 років я мала різні статуси: була «овочем», маніпулятором і борцем із ними. Із власного досвіду знаю, як складно самій людині змінити думку і як легко це вдається маніпуляторам.

У школі та університеті я була відмінниця. Неодноразово перемагала на Всеукраїнських олімпіадах. Єдина з курсу мала «5» із вищої математики. Однак був інший бік того життя. У школі паралельно з класикою я читала 13-ту сторінку в місцевій газеті. Там писали про все паранормальне. Я була переконана, що в нашій квартирі живе домовик. Ніколи не ходила до лікарів, вважаючи їх за шарлатанів. А от до знахарок йшла залюбки. Уникати чорного kota, не виносити сміття ввечері — це теж було про мене. Одного разу під час сесії я знепритомніла в бібліотеці. Добра пані сказала, що це вроки, і зняла їх за допомогою сірників.

А 2002-го захворіла моя мама. Їй довго не могли поставити діагноз. А потім винесли вердикт — рак 4-ої стадії. Лікували його сумішшю олії та горілки. Бо так тоді зцілювся хтось зі знайомих. Мамі це не допомогло, і вона померла.

Потім я переїхала в Київ і купила квартиру та авто в кредит. І ремонт зробила в кредит. Коли мене запитували, як погашатиму ті кредити, раптом що, я безтурботно відповідала: «Оформлю нову кредитку».

До 2008-го я не вмiла розпізнавати інформаційні віруси й вірила в магiчні пiгулки — прості рiзв'язки складних проблем. Чи була я дурна? Ні. Чи була я неосвічена? Ні. Проте саме інформаційні віруси визначали моє мислення й поведінку. Вони вбили мою маму. Вони загнали мене в кредитне ярмо й добряче знівечили.



Відео «Хто така Оксана Мороз»

Відтоді я пройшла довгий шлях. З одного боку, працювала з відомими політиками та олігархами, досконало вивчивши, як вони маніпулюють людьми. З другого — досліджувала поведінку українців в інформаційному полі та їхню реакцію на ці маніпуляції. Паралельно шукала відповіді на пекучі запитання: «Доказова медицина чи

альтернативна?», «Чи можна вірити астрологам?», «Чому люди вірять шахраям та конспірологам?» та ін.

Восени 2019-го для мене почалося нове життя. Набиті гулі та здобутий практичний досвід я стала застосовувати, щоб навчити українців протистояти маніпуляторам і шахраям. Написала дві книжки про це, а зараз ви тримаєте в руках третю. Заснувала волонтерську ініціативу «Як не стати овочем», що впевнено йде до амбітної та складної мети — навчити 7 мільйонів українців інформаційної гігієни.

Ця книжка — результат мого досвіду, досліджень і навчання понад 5000 українців. 2020 року я розробила курси з базової інформаційної гігієни, що витримали понад 10 редакцій. Саме такий навчальний досвід став основою для цієї книжки. А оцінка «дуже корисна інформація для щоденного життя» від 89 % учасників згаданих курсів дає надію, що моя книжка буде корисна й допоможе вам не стати «овочем».

ЯК ЗІСКАНУВАТИ QR-КОД



Текст цієї книжки доповнений багатьма додатковими матеріалами. Вони допоможуть вам докладніше розібратися у важливих темах. Це відео, статті, ігри, дослідження, навчальні курси, YouTube-канали, фільми та книжки.

Ви легко та швидко зможете знайти ці матеріали, скориставшись нашою системою QR-кодів. Щоб їх відсканувати:

- відкрийте програму «Камера» на початковому екрані, екрані блокування чи в Центрі керування;
- виберіть задню камеру, тримаючи пристрій так, щоб QR-код був у видошукачі програми «Камера»;
- торкніться сповіщення, щоб відкрити пов'язане з QR-кодом посилання.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ НЕ ПОМІЧАЮТЬ

Запитання: От що робити, коли тиск 160 на 80?

Відповідь: Замість таблеток щовечора намочувати шкарпетки в розчині вода з оцтом (1:1) і на 15 хв на ноги закладати. І вдень тиск буде в нормі. Бо до таблеток додають тепер тальк. Він осідає на судинах, потім будете ще приймати від серця і для розрідження судин.

Примітка: тут і далі стилістика цитат максимально збережена.

Це реальний діалог у *Facebook*-групі «Людоньки, порадьте!» Вона — своєрідне дзеркало того, як українці споживають інформацію. У ньому — зневіра в усіх інституціях. Віра, подекуди сліпа, людям. Прагнення просто розв'язувати складні проблеми. Невміння «фільтрувати» інформаційні джерела. Усе це посилила нова цифрова ера з її соціальними мережами, блогерами, псевдоекспертами та іншими продавцями магічних пігулок.



Дослідження USAID-Internews (жовтень 2020 р.)

Проте є одне «але». Коли пишу цей текст, половина українців думає, що вони вміють відрізнити правду від брехні в інформаційному просторі, хоч лише 3 % наших співгромадян можуть це зробити. Сподіваюсь, що, коли читаєте мою книжку, відсоток змінився в кращий бік.

Це створює чудову основу, щоб змінити мислення й поведінку українців у необхідному маніпуляторам руслі. Людей, які заміняють візит до лікаря діагностикою у *Facebook*-групах, можна переконати голосувати й купувати так, як потрібно власникам інформаційних ресурсів. А ще на це не потрібні великі бюджети чи унікальні інструменти. Бо ж люди не відрізняють інформаційних сайтів-

сміттярок (ресурсів, що спеціалізуються на маніпуляціях, проте маскуються під медіа) від онлайн-медіа, що дотримуються журналістських стандартів. Люди охоче розмінюють свої дані (номери телефонів, імейли тощо) та емоційні гачки на псевдобезкоштовні розваги.



Медіа, що дотримуються журналістських стандартів (ІМІ, другий квартал 2021 р.)

Зараз час інформаційного «кріпацтва». Коли є «поміщики», що мають знання та ресурси, прагнуть збільшувати капітал і вплив. А є «кріпаки», які під тиском складного життя, інформаційного шуму та інформаційної неграмотності роблять те, що їм кажуть, бо не знають іншого. Та ще й радіють кожній віддушину — безкоштовній розвазі чи інформації.

Думаєте, кріпацтво скасували? Ні. Воно є тут і зараз. Відмінність лиш одна. Колись кріпаками були бідні люди. Тепер немає різниці, яка в тебе освіта, скільки ти заробляєш і який твій соціальний статус. Якщо не знаєш інформаційної грамоти, ласкаво просимо в «кріпаки».

Чи мали тоді поміщики якісь унікальні інструменти управління? Ні. Вони користувалися своїми можливостями й залякували людей. Те саме й зараз. Цифрові платформи створили купу можливостей. Знаєш про них? Умієш обернути на свою користь? Роби те, що потрібно: залякуй, бреш, маніпулюй. Змінюй мислення та поведінку людини й народу. Так, як потрібно тобі.

Щороку інформаційні віруси стають простіші й доступніші, а їхня руйнівна сила росте. Люди радо проходять тест «Який вигляд ти мав би як рушник», віддаючи купу своїх даних і даних друзів. Відомі та поважні профі з комунікацій беруть участь у флешмобах, що збирають їхні емоційні гачки. Усе це дає змогу персоналізувати маніпуляції й говорити з кожним так, щоб бути почутим.



Як проросійська мережа в Україні організувала бунт у Нових Санжарах (texty.org.ua, лютий 2020 р.)

Вартість створення інформаційного вірусу стрімко знижується. Пам'ятаєте Нові Санжари? Як люди кидали каміння в автобус із такими самими людьми, що прилетіли з тодішнього епіцентру коронавірусу — міста Ухань. Картинка «Українець іде на українця» облетіла всі світові медіа. А коштувала Росії копійки. Достатньо було створити спільноту у *Viber*. Запустити туди 20 ботів. Скоординувати їхні дії з «говорящими головами» на проросійських телеканалах. І все.

Менш ніж за добу основну роботу виконано: правильно заряджені люди вийшли на вулицю.

Нові Санжари не виняток. Це типовий кейс інформаційних вірусів цифрової ери. Люди не знають, кому вірити. Точно не довіряють владі та офіційним джерелам. Люди щиро вважають, що найбільше брехні в телевізорі, а от у *Facebook*, *YouTube*, *Viber* чи *Telegram* — свобода слова. І саме там можуть говорити правду ті, хто бажає їм добра. А люди так хочуть, щоб хтось бажав їм добра.

У наш час 32 % українців визначають правдивість новини інтуїтивно, а 42 % ніколи не перевіряють інформацію на достовірність. Водночас лише 15 % українців не користуються інтернетом. 71 % — активні користувачі мережі, а серед їхніх основних мотивів — пошук потрібної інформації (74 %) та перегляд новин (61 %).



Дослідження ГО «Детектор Медіа» (березень 2021 р.)

Як ми потрапили в інформаційне «кріпацтво» і що нас у ньому утримує?

1. УКРАЇНА ЖИВЕ В ПЕРІОД ПОДВІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Аналогову еру змінює цифрова. А Україна виборсується із «советчини» й стає демократією. Ми вже пройшли складний шлях руйнування старого, проте нового ніяк не збудуємо. Не останню роль у цьому відіграє інформаційна неграмотність.

В Україні демократія. Куди піде більшість, туди потягне й країну. Раніше, щоб змінити думку більшості, потрібні були роки, тепер лік іде на тижні та місяці. Кількість інструментів маніпулювання громадською думкою постійно зростає, а їхня вартість і доступність зменшується.

Ситуація не була б загрозна, якби паралельно в нашій країні функціонували сформовані робочі інституції та процеси. Наприклад, у США 6 січня 2021 року заряджений Трампом натовп пішов на штурм Капітолію й глумився над цитаделлю демократії. Америка та світ були шоковані. Проте ситуацію нормалізували дуже швидко.

У демократіях, що встигли сформуватися до початку цифрової ери (орієнтовно 2010 року), це норма. У важливі для країни миті політики, правоохоронці, бізнесмени, громадськість працюють злагоджено. На нормалізацію можуть піти години чи роки, проте країна збережеться й курсу не змінить.

В Україні, яка не встигла здійснити реформи й сформувати демократію, насправді все інакше. Кожен реформатор приречений на ефективний спротив системи. Вона вмикає медійний ресурс і руками одурених людей повертає все на місце. Інші зусилля закінчуються поверненням до звичного популізму під оплески народу. В умовах збройної агресії Російської Федерації проти України це створює живильне середовище для провокацій у нестабільних регіонах (наприклад, на Закарпатті).

Додайте до цього, що Україна — своєрідний полігон, на якому випробовують інформаційну зброю, і ситуація стане геть сумною. Проте не безнадійною, бо коли ми це розуміємо, то можемо її змінювати.



Хаос заради Трампа: як фанати президента США штурмували Капітолій (Європейська правда, січень 2021 р.)

РЕМАРКА

Багато громадських активістів працюють над розбудовою демократичних процесів в Україні. Їхню діяльність фінансують міжнародні грантові організації. Саме вони активно консультують, а коли потрібно, і критикують владу. Це системні адвокати реформ у різних сферах.

Проте для більшості суспільства вони були непомітні. Усе змінилося восени 2019-го. Одному олігархові став поперек горла уряд Гончарука, у якому було чимало представників згаданого сегмента. От їх і вирішили дискредитувати всіх за раз, щоб двічі не вставати.

Медіакілери та анонімні Telegram-канали, спираючись на проросійські медіа, назвали їх «соросятами». Це означало:

— Яке в них було завдання? Здійснювати реформи. Вони є? Ні, немає.

— Вони отримували гроші? Так, із грантами все прозоро.

— Але результату немає? Так.

— Отже, що вони зробили? Украли гроші.

В Україні інформація крутить суспільством, бо немає ані реформованих інституцій, ані достатньої законодавчої бази.

Навіть якщо започаткували чудову реформу, олігарх, якому вона не подобається, може втрутитися. Увімкнути свій інформаційний ресурс, розповісти, що хороші хлопці та дівчата — це «соросята». Вони погані, їм не варто довіряти, саме через них не розвинулась демократія.



Байки про Сороса. Як російська деза перетворилася на внутрішньоукраїнський дискурс (texty.org.ua, грудень 2020 р.)

2. МИ ЖИВЕМО СЕРЕД МОРЯ «БЕЗКОШТОВНОЇ» ІНФОРМАЦІЇ

Кожен за лічені хвилини може знайти будь-що й не заплатити за це жодної гривні. Коли хтось із вас востаннє платив за інформацію? Не

інтернет-провайдерам, а саме за інформацію. Переконана, що таких одиниці.



Відео «Скільки коштує інформація»

Проте на створення такої інформації витрачені реальні й чималі гроші та час. «Якщо не платимо, товар — ми» — ця фраза вже стала крилатою, бо якнайкраще ілюструє нашу цифрову дійсність.

Якщо не платимо грошима (а часто — навіть якщо й платимо), цифрові платформи беруть із нас іншу «валюту»:

- нашу увагу. Що більше часу проводимо у *Facebook* чи на *YouTube*, то більше нам можна показати реклами. Що довше дивимося певний канал, то більше шансів нами маніпулювати. Усе це конвертують у реальні гроші від рекламодавців та власників. Проте це не завжди відповідає нашим інтересам;
- наші дані та емоції. Щоб досягти мети, замовник мусить розуміти специфіку аудиторії. Що більше інформації про неї він має, то більш персоналізоване звернення й кращий результат. Рівень інформаційного «шуму» щороку зростає. Щоб через нього пробитися, замало знати стать, вік, географію, дохід чи основні інтереси користувачів. Тому замовники системно збирають наші емоційні гачки — те, що вмикає емоції й спонукає до дії. Дані та емоційні гачки акумулюють, створюючи з них наш цифровий портрет. Він і лягає в основу персоналізованих повідомлень, що змінюють наше мислення та поведінку.

Коли така інформація накопичена в порядних руках, від неї більше користі, ніж шкоди. Сьогодні я не спізналася на зустріч, бо навігатор зібрав та обробив інформацію про швидкість руху на київських вулицях. Завдяки їй я вчасно дізналася про ремонт дороги й отримала інструкцію щодо оптимального маршруту. Стіл, за яким пишу цей текст, придбаний завдяки *Facebook*- та *Instagram*-рекламі.

Щоб заощадити час, я давно застосовую таку модель: знаходжу потрібне на одному-двох відповідних сайтах, а далі просто переглядаю рекламу з альтернативами, яку мені пропонують системи, що проаналізували історію пошуків.

Проте є й зворотний бік цих технологій. Маніпулятори збирають наші дані, паразитуючи на цифрових платформах, і використовують їх, щоб персоналізувати повідомлення, а отже, ефективно змінювати наше мислення та поведінку.

Після скандалу з *Cambridge Analytica Facebook* та решта цифрових платформ почали обмежувати кількість даних для рекламодавців. Вони запровадили суворіші обмеження на види рекламованих товарів і послуг та умови такого промо. Від цього в першу чергу постраждали «сірі» індустрії, зокрема політики, що використовують не тільки рекламу себе коханих, а й антирекламу конкурентів.

РЕМАРКА

Компанія Cambridge Analytica, розробивши алгоритм аналізу політичних уподобань виборців, змогла зібрати особисті дані 87 мільйонів користувачів Facebook без їхнього відома. База даних компанії акумулювала тисячі параметрів щодо кожної людини.

У березні 2018 року британський телеканал Channel 4 випустив фільм-розслідування про Cambridge Analytica, у якому надав докази, що згадана компанія причетна до втручання в перебіг понад 200 виборів у всьому світі.

Журналіст телеканалу видав себе за клієнта, який нібито прагне вплинути на підсумки виборів у Шрі-Ланці. З листопада 2017 по січень 2018 року в готелях Лондона він здійснив кілька зустрічей із працівниками Cambridge Analytica. Під час однієї з бесід очільник компанії Александер Нікс зізнався, що його організація втручалася в проведення понад 200 виборів у різних куточках світу, зокрема в Аргентині, Кенії, Нігерії та Чехії.

З журналістом Channel 4 також зустрічалися виконавчий директор Cambridge Analytica Марк Тернбулл та експерт із даних Алекс Тайлер. Тернбулл повідомив, що працівники компанії розміщували в соціальних мережах і на окремих сайтах компромат на кандидатів. За бажанням клієнта для конспірації Cambridge Analytica могла здійснювати такі операції від імені нібито «туристів» або «студентів, що виконують навчальні роботи в університеті».

Раджу подивитися фільми про те, як збирають наші дані і для чого їх використовують:

- «Соціальна дилема» (The Social Dilemma, 2020), Netflix, режисер Джефф Орловські;
- «Великий злам» (The Great Hack, 2019), Netflix, режисери Карім Амер і Джехан Нуджем.

Маніпулятори винахідливі й не залишилися в ролі спостерігачів. Вони доповнили свої індустрії з продукування інформаційних вірусів важливою компетенцією — збиранням даних та емоційних гачків в обхід цифрових платформ. Добре розуміючи, як ті функціонують, і не менш добре знаючи психологію та поведінку людей, маніпулятори створили інструменти — «вовків в овечій шкурі».

Людина думає, що отримує безкоштовну розвагу, щось цікаве чи корисне, а натомість щедро ділиться даними про себе та своїх онлайн-друзів. Докладно розповім про ці технології в наступному розділі.

Зібране додають до баз даних, наявних на ринку. Вони потрапили туди внаслідок витоку інформації чи цілеспрямованих зламів. Усе це дає змогу сформуванню достатній цифровий портрет людини й зарахувати її до певного сегмента. Під цей сегмент добирають оптимальний спосіб комунікації та повідомлення. А далі ресурси-сміттярки, боти, псевдоексперти та інша вірусмейкерська рать роблять свою справу, доносячи до вас інформацію й коригуючи ваше мислення та поведінку.

3. УКРАЇНЦІ ВІРЯТЬ ЛЮДЯМ І В МАГІЧНІ ПІГУЛКИ, АЛЕ НЕ ВІРЯТЬ ІНСТИТУЦІЯМ

Тобто якщо на шальках терезів буде думка знайомого чи посадовця, повірять першому. Це стосується як держави, так і бізнесових інституцій.

Згаданому стану речей сприяли роки корупції та популізму. До 2019 року Інститут соціології НАН України заміряв рівень довіри до астрологів. Їм довіряли більше, ніж органам влади, нарівні, наприклад, із банками. З цих даних видно, що найвища довіра — до сім'ї, рідних, співвітчизників та сусідів. Далі йдуть церква, волонтери, армія, науковці.

Соціальні мережі стали раєм для споживання інформації. Там багато людей, людям довіряють, а отже, довіряють і їхній інформації.

Наприклад, ось реальні запитання у *Facebook*-групі «Людоньки, порадьте!» Так, сюди звертаються щодо порад із ведення вагітності.



Дослідження Інституту соціології НАН України (2018 р.)

Запитання: Чи важко завагітніти, коли в жінки перша негативна група крові? Чи потрібно також шукати чоловіка з негативною групою, щоб не було резус-конфлікту?

Запитання: Доброго вечора, скажіть, чи це нормально: 20-й тиждень вагітності, не відчуваю рухів плода зовсім? На УЗД усе нормально: і ріст, і серцебиття.

У нашому складному сьогоденні важливо знайти точки опори, зокрема українці їх знаходять у релігії, магії, езотериці й дуже багатьох інших речах. А ще українці бачать, що поруч є люди, які живуть краще. Отже, ті люди щось знають! Повірити, що річ у кращій освіті, працездатності та інших раціональних чинниках, складніше за таємне знання чи блат.

Цим користуються шахраї й маніпулятори. Вони пропонують швидкі р'озв'язки найрізноманітніших складних проблем. Типова ситуація, коли людина, дізнавшись про тяжкий діагноз та складний план лікування, шукає альтернативу. Там, де є 100 % гарантії.

Знову прогляньмо *Facebook*-групу «Людоньки, порадьте!» Тема здоров'я там серед найбільш обговорюваних.

Запитання: Привіт, чи лікувався хтось грибами? Нетрадиційна медицина.

Відповідь: Звичайно, цей розділ медицини називається фунготерапія. Лікувалися лисичками, рейші, шийтаке, веселкою, чагою, кордицепсом. Вони дієвіші, ніж трави, у кожного своє призначення.

Запитання: Хто знає, у чому може бути причина? Коли на обличчі з'являється жирна плівка та неприємний запах. Він дуже відчутний, наприклад, у приміщенні відразу відчувається. На рахунок гігієни відразу скажу, що миюсь часто, а запах саме від шкіри обличчя. Також на обличчі трохи проблемна шкіра, бувають висипання. І головне: та жирна плівка з'являється через 10—20 хв після вмивання. Хто з таким зіштовхувався, у чому причина й чому присутній цей запах? Дякую.

Відповідь: Лікар не допоможе... це вияви гормонального збою. Стосується менопаузи. Або зашлакованості організму. Діагнозу не буде. Причину шукати теж тут ніхто не буде. А я рекомендую голод, умовне голодування, і трави та соки; якщо є бажання, то й БАДи, для

підтримки. Інакше... поляже немало народу, який їсть усе підряд і лише дивиться на ціну. Я можу допомогти. Пишіть у приват.

Запитання: Що робити, якщо вдарився в копчик і сильно болить?

Відповідь: Приклеїти пластир перцевий, тільки той, що з дірочками. Час від часу мазати маззю, бо там буде *синець*. Гірше, коли тріщина.

Запитання: Як зменшити вузли щитовидки?

Відповідь: Лікувала натуральною польською спіруліною. Дуже ефективний засіб!!! Підлікувала щитовидну, печінку, підшлункову, нирки, нормалізувався тиск, очистилася кров. Результат просто супер!!! Рекомендую!

4. МАНІПУЛЮВАТИ СТАЛО ДЕШЕВО ТА ДОСТУПНО

Раніше, щоб керувати масами, необхідний був доступ до ексклюзивних каналів — центрального телебачення, газет і радіо. Це потребувало чималих грошей та зв'язків. Тепер усе набагато демократичніше.

Цифрові платформи стали частиною життя для критичної більшості. Їх наповнюють мільйони людей із думками та досвідом. А українці вірять людям.

Кожен, хто має сторінку в соціальній мережі, має невелике, але повноцінне медіа. Воно може впливати на мислення й поведінку кількох друзів чи багатотисячної аудиторії. Для цього зовсім не потрібно, щоб за ним стояла реальна людина чи організація. Цифрова ера стерла межу між реальним та штучним.

Кінець безкоштовного уривку. Щоби читати далі, придбайте, будь ласка, повну версію книги.

ridmi
ТВІЙ УЛЮБЛЕНИЙ КНИЖКОВИЙ

КУПИТИ