

Темная сторона сатиры: когда юмор разрушает репутацию незаметно



Дата публикации: 10.02.2025

Сатира стала неотъемлемой частью цифровой эпохи — она окружает нас в мемах, пародиях и юмористических роликах. Однако новые исследования показывают, что этот тип контента может оказывать незаметно разрушительное влияние, нанося репутационный ущерб сильнее, чем прямая критика. В отличие от аргументированной негативной оценки, сатира превращает человека в карикатуру, что может способствовать его дегуманизации.

Исследование, опубликованное в *Journal of Experimental Psychology: General*, продемонстрировало, что **зрители** сатирических роликов и мемов формируют более негативное мнение об их объектах, чем те, кто сталкивается с традиционной критикой. Хотя на первый взгляд оба вида контента выглядят одинаково осуждающе, именно юмористический элемент делает сатиру особенно разрушительной.

В одном из экспериментов 1311 участников просмотрели видеоролики YouTube, в которых освещались спорные моменты из биографии публичных

личностей — спортсменов, музыкантов, телеведущих и бизнесменов. Среди них — скандал «Deflategate» с участием Тома Брэди и утечка данных в Facebook, связанная с Марком Цукербергом. Несмотря на то, что ролики были схожи по содержанию, зрители сатирических видео сформировали более негативное отношение к их объектам.

В другом эксперименте 373 человека изучали мемы, посвященные судебному процессу Гвинет Пэлтроу из-за несчастного случая на лыжах. Восприятие актрисы у тех, кто видел сатирические изображения, оказалось значительно хуже, чем у тех, кто столкнулся с критическими высказываниями. Еще одно исследование подтвердило этот эффект на примере футбольного тренера Жозе Моуринью — даже безобидные мемы с его участием сформировали более негативное мнение о нем, чем обычная фотография.

Не избежали сатирического эффекта и вымышленные персонажи. Когда вместо реального имени использовалось имя «Стив Рэндалл», зрители все равно воспринимали его хуже после просмотра сатирического мема. Это подтверждает, что эффект дегуманизации не связан с реальной личностью, а с форматом подачи информации.

Исследователи также обнаружили, что негативное влияние сатиры можно частично нейтрализовать. Когда перед просмотром юмористического контента участникам показывали положительное взаимодействие с его объектом, их мнение становилось менее критичным. Это доказывает, что люди способны отделять сатирический образ от реального человека, но лишь при наличии контрбаланса.

Сатира оказывает мощное влияние на общественное восприятие. Хотя она несет в себе элемент критики, ее разрушительный эффект часто недооценивают. Юмор создает иллюзию легкости, но в то же время формирует устойчивые предвзятые мнения, влияя на репутацию людей. Даже безобидный мем может изменить представление о человеке, а значит, стоит относиться к сатирическому контенту с большей осознанностью.