МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНи
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Дезінформація в журналістиці: сучасні способи протидії»

Виконала: студентка 4 курсу, групи групи 6.0611-2ж
спеціальності С7 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Недолужко А. О.
Керівник: доц., к. н. соц.ком. *Костюк Ю. В.*
Рецензент: доц. к. філол.н. Усманова О.В.

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат……..... 3
Завдання…….. 4
Вступ……... 6
Розділ 1. Сучасний медіапростір та загрози дезінформації…..…….. 8
1.1. Поняття дезінформації: генеза, форми та відмінності від суміжних явищ…… 8
1.2. Механізми поширення дезінформації в медіапросторі: традиційні та цифрові середовища 13
Розділ 2. Супровідна записка до творчого 20
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту…….. 20
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту…. 20
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту……..... 22
2.4. Особливості оформлення проєкту…….. 26
2.5. Технічні і програмні засоби……..……... 27
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)…….. 28
Висновки…….…. 29
Список використаної літератури……..... 32
Додаток А. Сценарії до програми…….……..……..... 34
Додаток Б. Список матеріалів портфоліо…..…… 57
Декларація академічної доброчесності…… 58
Abstract…… 59

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: «Дезінформація в журналістиці: сучасні способи протидії»

Обсяг основної частини роботи: 25 сторінок.

Кількість використаних джерел – 17

Мета роботи – створити серію сценаріїв до телепрограм з теми дезінформації в медіапросторі.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

- проаналізувати сутність поняття «дезінформація», визначити її роль у період масштабного вторгнення;
- окреслити форми та методи поширення дезінформації в медіапросторі;
- подати поради фахівців щодо механізмів боротьби поширення дезінформації;
- створити серію сценаріїв до телевізійних програм на тему дезінформації в інфопросторі.

Об'єкт дослідження – сценарії сюжетів до телепрограм з теми дезінформації в інформаційному просторі.

Предмет дослідження – особливості виявлення, аналізу та нейтралізації дезінформації в журналістській діяльності, а також роль журналістики у формуванні медіаграмотного суспільства.

Формально-змістові характеристики проєкту. Творчий проєкт є серією сценаріїв до телевізійних програм, які допомагають розкрити форми та методи поширення неправдивої інформації, пропонують механізми протидії дезінформаційним повідомленням.

Ключові слова: медіа, дезінформація, фейк, медіаграмотність, протидія.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність С7 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.
_____
«27» травня 2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ
Недолужко Анастасії Олегівні

1. Тема роботи « Дезінформація в журналістиці: сучасні способи протидії» («Disinformation in Journalism: Modem Countermeasures»),
керівник роботи – Костюк Юрій Вікторович, доц., к.н.соц.ком.,
затверджені наказом ЗНУ від «07» листопада 2024 року № 1781-с.

2. Строк подання студентом роботи – 9 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: М. Довганич, І. Мудра, Г. Почепцов, А. Руджері, В. Ящук.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) проаналізувати сутність поняття «дезінформація», визначити її роль у період масштабного вторгнення; 2) окреслити форми та методи поширення дезінформації в медіапросторі; 3) подати поради фахівців щодо механізмів боротьби поширення дезінформації; 4) створити серію сценаріїв до телевізійних програм на тему дезінформації в інфопросторі.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (дата і підпис)
Вступ	Костюк Ю.В., доцент	10.11.2024	10.11.2024
1 розділ	Костюк Ю.В., доцент	19.11.2024	19.11.2024
2 розділ	Костюк Ю.В., доцент	16.04.2025	16.04.2025

Висновки і додатки	Костюк Ю.В., доцент	07.05.2025	07.05.2025

6. Дата видачі завдання – 17 листопада 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	10.11.2024	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	19.11.2024	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	01.12.2024	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	10.04.2025	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	29.04.2025	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	29.04.2025	Виконано
7	Оформити всі додатки.	05.05.2025	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	25.05.2025	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	01.05.2025	Виконано

Студент _____ Недолужко А. О.

Керівник роботи _____ Костюк Ю. В.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____Чабаненко М. В.

ВСТУП

Актуальність теми. У сьогоднішньому суспільстві журналістика відіграє вкрай важливу роль як джерело перевіреної, достовірної інформації, аналітики та суспільної дискусії. Однак останніми десятиліттями простежується стрімке зростання обсягів дезінформації, що підриває довіру до медіа, маніпулює громадською думкою та несе загрозу для суспільства. Цей феномен набуває особливої актуальності в умовах гібридних воєн, політичної поляризації та поширення соціальних мереж, де інформація миттєво шириться світом без належної перевірки.

Дезінформація – це не лише фейкові новини, а й цілеспрямоване спотворення фактів, пропаганда, іпсо, маніпулятивна риторика, яка часто використовує емоційний вплив, щоб досягти певних цілей. Особливо загрозливим є той факт, що такі інформаційні атаки можуть бути добре спланованими та мати міжнародний характер.

У зв’язку з цим виникає нагальна потреба у вивченні ефективних методів протидії дезінформації в журналістиці. Зокрема, йдеться про розвиток фактчекінгу, медіаграмотності, редакційних стандартів, а також про роль цифрових технологій у виявленні фейків.

Мета роботи – створити серію сценаріїв до телепрограм з теми дезінформації в медіапросторі.

Для досягнення цієї мети необхідно виконати такі *завдання*:

- проаналізувати сутність поняття «дезінформація», визначити її роль у період масштабного вторгнення;
- окреслити форми та методи поширення дезінформації в медіапросторі;
- подати поради фахівців щодо механізмів боротьби поширення дезінформації;
- створити серію сценаріїв до телевізійних програм на тему дезінформації в інфопросторі.

- *Об'єкт дослідження* – сценарії сюжетів до телепрограми з теми дезінформації в інформаційному просторі.
- *Предмет дослідження* – особливості виявлення, аналізу та нейтралізації дезінформації в журналістській діяльності, а також роль журналістики у формуванні медіаграмотного суспільства.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури. Обсяг основної роботи – 25 сторінок. Список використаної літератури включає 17 найменувань (викладених на 2 сторінках).

РОЗДІЛ 1
СУЧАСНИЙ МЕДІАПРОСТІР ТА ЗАГРОЗИ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

1. Поняття дезінформації: генеза, форми та відмінності від суміжних явищ

У сучасному інформаційному суспільстві дезінформація набула статусу одного з головних викликів для журналістики та безпеки демократичних процесів. Її вплив охоплює не лише окремих споживачів медіа, а й цілі держави, впливаючи на громадську думку, виборчі процеси та соціальну стабільність. Водночас поняття дезінформації часто плутають із фейками, пропагандою чи маніпуляціями, що потребує чіткого концептуального розмежування. З'ясування генези, форм і характерних рис дезінформації є необхідною умовою для її ефективного виявлення та протидії.

Керівниця Центру досліджень громадської організації «Детектор медіа» К. Ілюк зауважила, що «Дезінформація перебуває під умовною парасолькою пропаганди й завжди має негативний характер, тобто це завідома неправдива чи маніпулятивна інформація, у якої завжди на меті – нашкодити й робити це системно» [14].

Уршка Умек, керівниця відділу Медіа Департаменту інформаційного суспільства Ради Європи, надає декілька характеристик цьому терміну: «Дезінформація – це повідомлення, які навмисно маніпулюють реальністю та фактами з метою нанести шкоду або отримати фінансовий прибуток. Також дезінформацією є сфабрикований чи навмисно змінений аудіо/візуальний контент, спеціально створені конспіраційні теорії чи чутки» [12].

О. Миронюк надає таке визначення «Дезінформація – це неправдива, оманлива, маніпулятивна інформація, створена навмисне заради економічних, політичних або інших вигод» [7].

За Кембриджським словником дезінформація має два значення: це неправильна інформація або факт того, що людей дезінформують; інформація з метою введення в оману [16].

У межах українського законодавства й досі не вироблено однозначного та чіткого тлумачення терміна «дезінформація», що, своєю чергою, створює труднощі у застосуванні юридичної відповідальності за навмисне розповсюдження неправдивої та маніпулятивної інформації. На круглому столі, «Протидія дезінформації в період воєнного стану», що пройшов 1 квітня 2025 р. В Києві за присутністю експертів у сфері інформаційного права, науковців та представників державних органів було вирішено розрізняти види інформації:

- Недостовірна
- Неправдива
- Фейкова [11].

Проте IMI [1] ще в 2020 році подали інформацію, в якій відзначили, що в законодавстві прописано процедури реагування на поширення неправдивої і недостовірної інформації. Це реагування класифікується за трьома рівнями, відповідно до ступеня потенційної шкоди:

Перший рівень – це цивільно-правова відповідальність. Відповідно до частини четвертої статті 32 Конституції України, кожному гарантується судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також право на відшкодування матеріального і морального збитку, завданого збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації. Процедури спростування, відповіді та припинення поширення шкідливої інформації щодо фізичних осіб детально регламентовані у Цивільному кодексі України, Законі України «Про інформацію» та інших нормативно-правових актах [1].

Отож, якщо про фізичних чи юридичних осіб поширюється неправдива, неточна або викривлена інформація, українське законодавство пропонує кілька способів реагування. Постраждалі мають право на спростування, відповідь, відшкодування завданої шкоди, а в деяких випадках навіть на вилучення накладу друкованого видання за рішенням суду. Важливо, що ці механізми

діють незалежно від того, як була поширена інформація – чи через офіційні ЗМІ, чи через інтернет, включаючи соціальні мережі.

Другий рівень реагування – адміністративна відповідальність. Насамперед це стосується телебачення і радіомовлення, щодо яких існують спеціальні процедури державного контролю, виписані в Законі України «Про телебачення і радіомовлення». Зокрема, стаття 7 цього закону містить для телерадіоорганізацій низку обмежень у діяльності. Наприклад: Не припускається використання телерадіоорганізацій для поширення відомостей, що становлять державну таємницю, або іншої інформації, яка охороняється законом; трансляції телепередач, виготовлених після 1 серпня 1991 року, що містять популяризацію або пропаганду органів держави-агресора та їхніх окремих дій, виправдовують чи визнають правомірною окупацію території України; закликів до розв'язування агресивної війни або її пропаганди та/або розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті та інші [1].

Крім адміністративної відповідальності для юридичних осіб – ЗМІ, Кодекс України про адміністративні правопорушення також передбачає штрафи або виправні роботи для фізичних осіб, які поширюють неправдиву інформацію. Сума штрафу становить від десяти до п'ятнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а виправні роботи можуть тривати до одного місяця з відрахуванням 20% заробітку [1].

Третій, найвищий рівень реагування – кримінальна відповідальність за поширення інформації (незалежно від її правдивості або неправдивості), яка має на меті заподіяння шкоди суспільству загалом. Кримінальний кодекс України передбачає покарання для фізичних осіб, які публічно закликають до насильницької зміни чи повалення конституційного ладу, захоплення державної влади або поширюють матеріали з такими закликами. (ст. 109 ККУ) [1].

Тож способи поширення дезінформації не залишаються безкарними, головне відстежити і швидко реагувати на них.

За словами українського дослідника Г. Почепцова [9], дезінформація характеризується наступними рисами:

- високий емоційний рівень, який дозволяє ефективно охоплювати велику кількість людей;

- просуває не реальний, а вигаданий віртуальний об’єкт, який активно руйнує звичну картину світу;

- слабо піддається спростуванню, оскільки це складно зробити для вигаданих об'єктів;

- націлена на вразливі точки масової свідомості.

Серед форм дезінформації виділяють текстовий контент, відеоконтент, аудіальний контент, а серед методів її поширення – координована неавтентична поведінка, таргетинг, діпфейки, фейкові новини [6].

До методу координованої неавтентичної поведінки вдносять створення численних фейкових акаунтів, які часто маскуються під медіа або публічні сторінки. Ці акаунти залучають велику кількість користувачів і в один і той же період часу поширюють ідентичні тези, посилаючись один на одного або на одне й те саме джерело. Ціль цієї діяльності – створити для читачів цих фейкових акаунтів інформаційну бульбашку, в якій вони отримують лише ту інформацію, яка вигідна авторам дезінформації, а інші джерела блокуються.

Таргетовані повідомлення використовують дані про поведінку користувачів в інтернеті. Спеціалізовані мережі збирають інформацію про те, які сторінки людина відвідує, що «лайкає», постить та коментує, які товари купує або переглядає, яку освіту має тощо. Це дозволяє розповсюджувачам дезінформації формувати приблизний список користувачів, які, найімовірніше, зацікавляться певним повідомленням.

Діпфейки – це підроблені аудіо- та відеозаписи, створені за допомогою штучного інтелекту, які можуть настільки реалістично замінювати візуальний та звуковий контент, що створюють ілюзію реальності. Завдяки діпфейкам можна дискредитувати відомих людей, вчиняти шантаж, а також приписувати особам слова, які вони ніколи не говорили [6].

Фейк – це свідомо неправдива інформація, створена з метою обману або введення в оману. Він може бути вигаданим з нуля, перекручувати факти або містити частково правдиві елементи, подані у спотвореному контексті. У сучасному інформаційному просторі терміни «фейк» та «дезінформація» часто використовуються як синоніми, проте порівнювати їх не варто. Дезінформація – це більш широке поняття, що включає в себе фейки, але також охоплює стратегічне поширення спотвореної, неповної або маніпулятивної інформації з певною цілеспрямованою метою, наприклад, для впливу на громадську думку, дискредитації опонента чи розпалювання конфліктів. Таким чином, кожен фейк є дезінформацією, але не вся дезінформація обов'язково є фейком у чистому вигляді.

І. Мудра зазначає, що часто під фейками розуміють недостовірну або неперевірену інформацію, проте це не повністю відображає суть явища. Фейк – це підробка або фальшивка, яка навмисно створюється для дезінформації аудиторії. До фейків відносять відретушовані фотографії, спеціально змонтовані відео, вигадані або неправдиві новини, які важко відрізнити від справжніх, а також фальшиві акаунти в соціальних мережах, через які поширюється неправдива інформація [8].

Російська військова стратегія не обходиться без дезінформації, яка є її ключовим елементом. Цей фронт гібридної війни пронизує демократичні інститути, освітні заклади, законодавчі органи, засоби масової інформації та інші сфери суспільства. Мета цієї дезінформаційної кампанії – підірвати довіру та поглибити внутрішні конфлікти» [4], – наголосила верховна представниця ЄС з питань безпеки і зовнішньої політики, колишня прем’єр-міністерка Естонії Кая Каллас.

Як зауважує К. Ілюк [14], російська дезінформація часто має на меті дезорієнтувати людей, руйнуючи їхню систему координат. Саме тому російські пропагандисти нерідко поширюють взаємовиключні твердження, свідомо заганяючи аудиторію в когнітивний дисонанс. Ця тактика спрямована на те, щоб викликати тотальну недовіру до будь-яких джерел інформації, змушуючи

людей вірити, що «правди немає» і «не все так однозначно». Завдання такої дезінформації – занурити людей у параноїдальний стан, а згодом, залежно від конкретних цілей, спрямувати їхню розгубленість у потрібне русло: до активних дій або, навпаки, до повної бездіяльності

Не варто ототожнювати поняття дезінформація та маніпуляція. Адже маніпуляція – це більш широке поняття, що полягає у прихованому впливі на думки, емоції та поведінку індивіда або групи за допомогою використання існуючої інформації, навіть якщо вона правдива. Маніпуляція може використовувати правдиві факти, але подавати їх у певному контексті, вибірково акцентувати увагу на одних аспектах і ігнорувати інші, змінювати послідовність або емоційне забарвлення, щоб досягти бажаного ефекту без прямої брехні. Таким чином, дезінформація зосереджується на створенні неправдивої реальності, тоді як маніпуляція оперує спотворенням інтерпретації існуючої реальності.

Отож, дезінформація є складною та багатогранною проблемою сучасності, що набуває нових методів поширення. Її відмінність від суміжних явищ, таких як фейки чи маніпуляції, полягає у свідомому та цілеспрямованому спотворенні інформації з метою обману або впливу на суспільну свідомість. Розуміння генези, форм та відмінностей дезінформації є критично важливим для захисту інформаційного простору від шкідливих впливів особливо в період воєнного часу.

2. Механізми боротьби поширення дезінформації: поради експертів

Поширення дезінформаційних повідомлень сприяє дестабілізації суспільства, зниженню довіри до медіа й державних інституцій, а також створенню хибної картини реальності. У таких умовах постає гостра необхідність розробки та впровадження ефективних механізмів боротьби з дезінформацією. Ці механізми можуть включати як правові, так і технічні інструменти, участь громадянського суспільства, журналістські ініціативи з

фактчекінгу, а також освітні програми з підвищення медіаграмотності. Дослідження цих підходів є ключовим для розуміння того, як протистояти інформаційним загрозам у цифрову епоху.

О. Миронюк [7] у своєму блозі «Дезінформація: як розпізнати та боротися» запропонувала шість правил як виявити дезінформацію в інтернеті:

1. **Оцініть джерело інформації.** Завжди перевіряйте, хто є автором повідомлення або яка організація його опублікувала. Надійними вважаються офіційні сайти, авторитетні медіа та експерти з відповідної галузі. Довіра до джерела – перший крок до впевненості у достовірності інформації.

2. **Аналізуйте логічність і підтвердження.** Дезінформація часто містить суперечності або розмиті твердження. Якщо в матеріалі є сумнівні факти або неузгоджені деталі, перевірте, чи висвітлюється ця тема в інших незалежних джерелах.

3. **Перевіряйте факти й аргументи.** Маніпулятивні повідомлення зазвичай мають брак доказів або ґрунтуються на окремих випадках, поданих упереджено. Зважайте на фактичну базу: наявність статистики, цитат фахівців, перевірених даних значно підвищує надійність.

4. **Реагуйте на дезінформацію.** Багато платформ (як-от Facebook, X/ Twitter, Google) дозволяють повідомляти про фейки або некоректний контент. Важливо активно використовувати ці інструменти та спростовувати хибну інформацію саме там, де вона з’явилася, щоб мінімізувати її вплив.

5. **Читайте повністю, не обмежуйтесь заголовками.** Перед тим як поширювати новину, ознайомтесь із її змістом. Якщо текст виглядає надто сенсаційним або неправдоподібним, зверніть увагу на те, чи підтверджується він достовірними джерелами, статистикою або свідченнями очевидців.

6. **З'ясуйте, чи це не сатиричний контент.** Деякі сайти спеціалізуються на створенні гумористичних або пародійних матеріалів. Поширення таких жартів як серйозних новин – поширене джерело дезінформації, тому варто перевіряти контекст і репутацію ресурсу.

Щодо протидії, то пропонує п’ять рішень, які зображені на Рис. 2.1.1.



Рисунок 1.2.1 – Як протидіяти дезінформації (О. Миронюк)

За результатами опитування соціологічної групи «Рейтинг», яке проводилоя у вересні 2024 році, українці визнали, що саме соцмережі є основним джерелом дезінформації – 53% серед опитаних. За ними йдуть месенджери та телебачення – 35% і 32%.

Дослідження також продемонструвало, що 89% українців вважають дезінформацію серйозною проблемою, серед яких 56% вважають її дуже серйозною, а 33% – скоріше серйозною. Лише 10% не відносять це до проблеми [5].

Як бачимо, саме з інтернету більшу частину інформації черпають українці. Аби переконатися, що інформація відповідає дійсності, варто її належним чином перевіряти. Для перевірки в інтернеті BBC пропонують застосовувати метод Майка Колфілда. Це чотири кроки під назвою SIFT (у перекладі з англійської означає «сито»), кожен з них позначає окрема літера цієї абревіатури.

1. "S" означає "Stop". Зупиніться і подумайте. Коли ми намагаємося розпізнати дезінформацію, швидкість працює проти нас. Дослідження показують: наші інтуїтивні, миттєві реакції частіше вводять в оману, ніж усвідомлене бажання зупинитися та все обміркувати.

2. "I" означає "Investigate". Дослідіть джерело. Під час онлайн-дослідження, щоб оцінити достовірність інформації, BBC пропонують ставити собі наступні запитання:

- Якщо це ЗМІ: Чи є видання авторитетним та шанованим? Чи відоме воно своєю незалежною журналістикою та чи покладається на перевірені факти?
- Якщо це окрема людина: Який досвід має автор у цій темі? Які можливі фінансові зв'язки, політичні вподобання чи особисті упередження можуть впливати на його позицію?
- Якщо це організація чи бізнес: Яка їхня основна мета? Що вони пропагують або продають? Які джерела фінансування вони використовують та які політичні вподобання вони демонстрували раніше? Після цього варто визначитися чи варто довіряти цій публікації?

3. "F" означає "Find". Знайдіть краще висвітлення. Тут радять застосовувати фактчекінг при цьому використовувати різноманітні інструменти (Google News, Google Fact Check, TinEye.

4. "T" означає "Trace". Відстежте першоджерело інформації. Навіть якщо повідомлення з’явилося в авторитетному медіа, це не гарантує його первинності – можливо, редакція отримала інформацію з іншого джерела. У найкращому випадку медіа додає посилання на оригінал, і варто обов’язково перейти за ним. Якщо ж посилання немає, доведеться самостійно з’ясувати походження інформації [13].

Погоджуємося з думкою А. Руджері, що сьогодні кожен має можливість публікувати будь-яку інформацію вмедіапросторі. І будь-хто може стати тією ланкою, через яку певне повідомлення набуде широкого розголосу та стане вірусним. Саме тому на кожному з нас лежить відповідальність за те, щоб перевіряти достовірність контенту, який ми публікуємо, вподобаємо чи поширюємо. Важливо переконатися, що ця інформація є правдивою [13].

У період війни Україна продовжує боротися з дезінформацією, адже посіяти паніку та свідомо ввести в оману наше суспільство росіяни не лишають нагоди.

Так, директорка департаменту медіарегулятора М. Ткачук поділилася досвідом Національної ради, яка здійснює нагляд за суб'єктами у сфері медіа: «Якщо ми фіксуємо вебсайти, на яких поширюється дезінформація, і вони належать суб'єктам у сфері медіа, які пройшли реєстрацію в Національній раді, ми можемо вживати заходи реагування: штраф, анулювання і заборона поширення онлайн-медіа на території України. Але якщо немає змоги встановити, хто стоїть за конкретним медіа, то Національна рада взаємодіє зі Службою безпеки України (СБУ). Ми направляємо до СБУ інформацію за результатами проведених нами моніторингів для вжиття заходів реагування щодо блокування доступу до зазначеного вебсайту» [11].

У 2021 році відповідно до рішення Ради національної безпеки і оборони України, введеного в дію Указом Президента України, було створено Центр з протидії дезінформації (GPA), який функціонує як робочий орган РНБО. Основним завданням Центру є вжиття заходів для нейтралізації актуальних і потенційних загроз інформаційній безпеці України, зокрема виявлення та протидія дезінформації, інформаційній агресії, маніпулятивним кампаніям та пропагандистським впливам.

Центр також здійснює моніторинг та аналітичне висвітлення процесів у сферах національної безпеки, оборони, економіки, політики, охорони здоров'я, екології, науково-технологічного розвитку, соціального життя та інших напрямів, що стосуються формування суспільної думки. Особлива увага приділяється запобіганню поширенню недостовірної інформації та боротьбі з проявами інформаційного тероризму.

23 січня 2025 року Європейський Парламент схвалив резолюцію щодо дезінформації та історичних фальсифікацій Росії, які використовуються для маніпулювання громадською думкою та виправдання війни проти України. В одному із пунктів Європейський Парламент зазначив миттєво та жорстоко

реагувати на дезінформації кремля «шляхом активного сприяння медіаграмотності та підтримки якісних ЗМІ та професійної журналістики, зокрема журналістських розслідувань, які викривають російську пропаганду, її методи та мережі, а також шляхом підтримки досліджень нових гібридних технологій впливу» [2].

Телебачення також не є винятком і піддається ризикам відеоманіпуляцій. З кожним днем вони стають усе більш витонченими, тому надзвичайно важливо вміти їх розпізнавати. Звертаючи увагу на візуальні особливості, аналізуючи джерело походження та використовуючи спеціальні інструменти перевірки, можна визначити, чи є відео автентичним, чи це лише професійно створена фальсифікація.

Аби не стати жертвою фейкових відео, варто дотримуватися наступних рекомендацій:

1. **Звертайте увагу на дрібні деталі**: неприродні тіні, міміка, дивні рухи губ можуть свідчити про маніпуляцію.
2. **Перевіряйте джерело**: якщо відео з’явилося тільки в невідомих Telegram-каналах, а офіційні джерела його не публікують – це тривожний сигнал.
3. **Використовуйте спеціальні інструменти**: сайти на кшталт Deepware Scanner або InVID допоможуть аналізувати підозрілі відео.
4. **Порівнюйте з іншими джерелами**: якщо відоме медіа або офіційний представник спростовує інформацію у відео, варто замислитися щодо його правдивості [15].

Варто памятати, що відеодезінформація є потужним засобом впливу на громадську свідомість. Фальшиві відеосюжети здатні спричинити паніку серед суспільства, особливо небезпечно це в умовах війни, коли люди змушені діяти під тиском і в стані стресу; поширювати хибну інформацію про українських військових і волонтерів, дискредитуючи їхню діяльність; підривати репутацію окремих осіб, компаній чи політичних фігур, тощо.

Отже, у боротьбі з дезінформацією важливо поєднувати особисту медіаграмотність із використанням сучасних інструментів перевірки фактів. Експерти наголошують на необхідності критичного мислення, уважного ставлення до джерел інформації та перевірки контексту. Особливу роль відіграють освітні ініціативи, незалежна журналістика й технічні рішення для виявлення фейків. Лише відповідальне ставлення кожного до споживання та поширення інформації дозволить ефективно протистояти дезінформації.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

У рамках творчого проєкту, підготовленого для захисту кваліфікаційної роботи бакалавра, я створила п’ять сценаріїв сюжетів до телевізійної інформаційної програми «Інформаційна зброя».

В умовах війни та інформаційних атак, яким піддається Україна, розуміння механізмів дезінформації є питанням національної безпеки. Всі сюжети до програми відповідають на запит суспільства щодо надійної навігації в медіапросторі. Сценарії поєднують медіаграмотність, фактчекінг та психологічну стійкість, що робить їх особливо цінним для аудиторії з низьким або середнім рівнем критичного мислення.

Відеоряд репрезентує студійні кадри, документальні вставки, анімацію, реальні приклади та експертні інтерв’ю, що створює динамічний та візуально привабливий формат. Це дозволяє охопити широку аудиторію – від молоді до старшого покоління.

Застосування вуличних опитувань, прикладів із соціальних мереж та психологічних пояснень роблять матеріали ближчими і персоналізованими для глядача – він бачить себе в цих ситуаціях.

Програма «Інформаційна зброя» має на меті не лише показати проблему, а й навчити глядача розпізнавати дезінформацію, користуватись перевіреними джерелами та захищати свій інформаційний простір.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Вважаємо, що глядачами та глядачками нашої майбутньої програми може бути широке коло аудиторії, зокрема користувачі інтернету, молодь, журналісти, фахівці в галузі безпеки та медіа, які зацікавлені у захисті від інформаційних маніпуляцій.

Саме ця цільова аудиторія найчастіше споживає цифровий контент та водночас стає найуразливішою до інформаційних атак. Їхнє залучення до боротьби з дезінформацією є критично важливим для формування сталого, свідомого суспільства, здатного протистояти гібридним загрозам. Формат програми – короткий, емоційний, візуально насичений – спеціально адаптований до темпів та стилю споживання інформації сучасного глядача.

Умовно ми поділили на таку цільову аудиторію:

1. Підлітки та молодь 13–25 років. Основна аудиторія – активні користувачі соцмереж (TikTok, Instagram, Telegram), які щодня споживають великий обсяг інформації, часто без перевірки. Саме молоді люди є найвразливішими до дезінформації через низький рівень медіаграмотності та емоційне сприйняття контенту. Програма через динамічний стиль подачі, актуальні приклади та візуальні ефекти намагається достукатися саме до цієї групи.

2. Студенти, учні старших класів, викладачі. Ціль – дати освітній інструмент, який може бути використано у шкільних чи університетських заняттях з медіаграмотності, громадянської освіти, журналістики. Програма поєднує приклади, пояснення та інфографіку, які легко інтегруються в освітній процес.

3. Глядачі 30–45 років, що активно цікавляться подіями в країні. Це глядачі та глядачки, які часто переглядають новини, використовують месенджери, соціальні мережі, але не завжди мають час глибоко перевіряти джерела інформації. Їх цікавлять способи самозахисту від фейків та розуміння механізмів інформаційного впливу.

4. Люди, які пережили інформаційне виснаження або піддавалися паніці через фейки. Особливо актуально для тих, хто у період війни постійно стикається з негативними або маніпулятивними повідомленнями. Програма виконує не лише просвітницьку, а й терапевтичну функцію – вона дає відчуття контролю над інформаційним середовищем.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Сюжет **«АнтиДеза: Хто і навіщо нас дурить?»** є першим випуском просвітницької програми «Інформаційна зброя», який розкриває природу дезінформації та її роль у сучасних гібридних конфліктах. Програма триває 15 хвилин і побудована у форматі динамічного відеонарису з елементами розслідування, що поєднує студійні кадри, інтерв'ю з експертами, приклади фейкових повідомлень та вуличні опитування. Сюжет має чітку композиційну структуру, що відповідає класичним засадам телевізійного викладу

Ведуча – журналістка-розслідувачка Оксана Литовченко – веде глядача від поняття фейку до аналізу механізмів його створення, поширення й наслідків. Акцент зроблено на інформаційному впливі під час війни, ролі соціальних мереж та емоційному впливі дезінформації на суспільство.

Наступний сюжет **«Дипфейки в медіапросторі: ризики та механізми протидії»**. Тривалість – 15 хвилин. Сюжет присвячений сучасній інформаційній загрозі – дипфейкам, які є штучно створеними відео- чи аудіозаписами з підробленими зображеннями та голосами реальних осіб. У програмі розкриваються технологічні засади створення дипфейків, їхня небезпека у політичному, соціальному та медійному контекстах, а також сучасні методи виявлення та протидії цим маніпуляціям.

Сюжет побудований у динамічному, інформативному стилі, який поєднує експертні коментарі, документальні кадри, анімаційні схеми та соціальні інтерв'ю. Використання технологічної та напруженої музики підкреслює актуальність і загрозливість теми.

Випуск відносимо до інформаційно-просвітницького, спрямованого на підвищення обізнаності глядачів про технології дипфейків, їхні ризики і засоби протидії, а також розвиток критичного мислення і медіаграмотності в умовах сучасного медіапростору. Він має чітку композиційну структуру, що відповідає класичним засадам телевізійного викладу.

Сюжет є просвітницько-аналітичним компонентом інформаційно-публіцистичної телепрограми «Інформаційна зброя», що орієнтована на підвищення рівня медіаграмотності глядачів в умовах гібридної війни та

інформаційних впливів. Сюжет спрямований на критичне осмислення інформаційного середовища соціальних мереж, особливо в контексті воєнного часу, та має на меті формування навичок верифікації джерел і розпізнавання маніпулятивного контенту.

Телесюжет №3 «**Джерела інформації в соцмережах: правила використання»** структуровано за принципом поступового розгортання теми – від загального огляду проблематики інформаційної деструкції у соціальних мережах до конкретних прикладів дезінформаційних кейсів, експертного аналізу та практичних порад щодо розпізнавання фейків. Тема сюжетної лінії охоплює три ключові аспекти: функціонування соціальних мереж як каналу інформаційної зброї; характерні риси маніпулятивного контенту; інструменти та правила перевірки джерел.

Сюжет має чітку композиційну структуру, що відповідає класичним засадам телевізійного викладу. Його реалізовано у форматі аналітичного телевізійного розслідування з елементами медіаосвітнього контенту. Характерною є поєднана присутність документальних, публіцистичних та просвітницьких жанрових рис.

У випуску активно використано мультимедійну складову – монтажні колажі з соцмереж, інфографіку, відеофрагменти, анімацію поширення контенту. Відеоряд взаємодіє із закадровим голосом, коментарями ведучої та музичним супроводом (власна тема програми, фонові треки з напруженим емоційним забарвленням).

Мова сюжету є функціонально змішаною: поєднує інформаційний, аналітичний і публіцистичний стилі. Ведуча використовує доступну, проте точну термінологію, що сприяє ширшому охопленню цільової аудиторії – від молоді до старшого покоління. Репліки експертки мають науково-аналітичний характер, тоді як приклади фейкових дописів у соцмережах відтворено стилістично автентично – з відповідною лексикою та інтонацією емоційного впливу.

Сюжет відповідає потребам сучасного українського суспільства в умовах воєнної загрози, інформаційної війни та цифрової трансформації. Його освітня цінність посилюється за рахунок участі експертів, використання кейс-методу та акценту на перевірених джерелах, що відповідає засадам громадянської освіти і медіаграмотності в Україні.

Четвертий телесюжет програми «Інформаційна зброя» **«Телеграм-канали: інструмент інформування чи маніпуляцій?»** має хронометраж 17 хвилин 30 секунд і структурується у форматі документального телевізійного розслідування з елементами публіцистики та інфографіки. Основною тематичною віссю є критичний аналіз функціонування телеграм-каналів як сучасного інструменту поширення інформації та маніпулятивного впливу, особливо в умовах гібридної війни. Висвітлюється питання ідентифікації фейків, механізмів їхнього поширення, психологічних ефектів впливу та протидії дезінформації.

Сюжет складається з 15 послідовних монтажних блоків, кожен з яких виконує певну змістову та функціональну роль. Випуск побудований на чергуванні публіцистичного коментаря ведучої з інтерв'ю експертів, ілюстративних візуальних вставок, графічних анімацій та драматичних аудіоефектів. Звуковий супровід (фонові треки, інтершуми, звукові акценти) функціонує як елемент емоційного підсилення наративу. Частина відеоряду оформлена у стилістиці цифрового середовища (імітація інтерфейсу смартфона, анімації повідомлень), що відповідає тематиці сюжетної лінії.

Матеріал реалізує підходи медіаграмотності та критичного мислення, опираючись на елементи фактчекінгу, психологічного аналізу сприйняття інформації, а також інструменти візуальної журналістики. Структура сюжету побудована за принципом поступового заглиблення у проблему – від виявлення симптомів до аналізу причин і пропозиції шляхів протидії.

Сценарій останнього п'ятого сюжету телевізійної програми «Інформаційна зброя» під назвою «**Ворог у TikTok: як працює дезінформація в молодіжних соцмережах**?» реалізований у жанрі публіцистично-

аналітичного телевізійного розслідування з елементами просвітницького контенту. Хронометраж – 15 хвилин. Стиль подачі – офіційно-публіцистичний з науково-популярними поясненнями, орієнтований на молодіжну аудиторію та широку громадськість. Зміст підпорядковано завданню формування критичного мислення в контексті цифрової безпеки та медіаграмотності.

Центральною темою сюжету є використання платформи TikTok як інструменту інформаційної агресії, спрямованої на молодіжну аудиторію. Проблематика розкриває механізми маніпулятивного впливу через короткий відеоконтент, роль алгоритмів рекомендацій у формуванні «інформаційної бульбашки», вразливість непідготовлених користувачів до фейків, а також способи протидії дезінформації. Сюжет має чітку композиційну структуру, що відповідає класичним засадам телевізійного викладу.

Сценарій активно використовує динамічні візуальні рішення: монтажні склейки, розділення екрана, анімаційні ефекти (цифровий шум, візуальні викривлення, монохром), що посилюють емоційний вплив і акцентують увагу на ключових моментах. Звукове оформлення включає фонову музику, типову для TikTok, цифрові шуми, голоси за кадром, накладення аудіоефектів, що підкреслюють драматизм і створюють атмосферу інформаційного перенасичення.

У сценарії використано низку телевізійних прийомів: реконструкція ситуацій (сцени з підлітками), демонстрація прикладів фейків, експертні коментарі, візуалізація інформаційних алгоритмів, психоемоційні портрети користувачів, порівняльний аналіз відео. Ці прийоми сприяють не лише наочному викладенню проблеми, а й формуванню емпатії та залученню глядача до осмислення власної поведінки в цифровому просторі.

Сценарій поєднує раціональну (логічно-інформаційну) та емоційну (психологічну) форми впливу. За рахунок візуального драматизму, залучення персонажів-підлітків, елементів впізнаваного TikTok-контенту та експертних пояснень формується переконлива комунікативна модель, що стимулює саморефлексію глядача.

2.4. Особливості оформлення проєкту

У процесі роботи над сценаріями ми приділили особливу увагу стилю подачі та формату програм, намагалися їх урізноманітнити, тому й створили інформаційні програми з офіційно-публіцистичними та науково-популярними поясненнями, у форматі документального телевізійного розслідування з елементами публіцистики та інфографіки, аналітичного телевізійного розслідування з елементами медіаосвітнього контенту, інформаційно-просвітницькому.

Наш проєкт програми стилізовано під кіберпростір: ефекти цифрового шуму, глітчі, бінарний код, мапи поширення даних, екрани соцмереж і месенджерів. Така візуальна мова підкреслює, що дезінформація – це інструмент у цифровій війні.

Швидка зміна планів, використання архівних кадрів, реальних прикладів фейків, переходи з елементами хаосу та напруги – все це створює відчуття, що глядач всередині інформаційного потоку. Ключові тези, «рецепти фейків», алгоритми поширення дезінформації подаються через графіку – просто і наочно. Візуальна подача допомагає краще засвоїти складні теми. Саундтрек з електронними елементами, напружені ноти та інтершуми новин занурюють глядача в емоційне поле загрози. Це формує відчуття важливості та актуальності теми.

Ведуча стала ніби провідницею у медіалабіринті. Журналістка Оксана Литовченко виступає не лише як розповідачка, а як розслідувачка – вона ставить запитання, веде глядача через викриття фейків, запрошує експертів, підсумовує з позиції об’єктивності й медіаграмотності.

Всі п’ять сюжетів утворюють цілісний цикл, спрямований на підвищення інформаційної обізнаності українського глядача в умовах війни та цифрових загроз.

2.5. Технічні і програмні засоби

Для реалізації мого проєкту я не використовувала технічні чи програмні засоби, так як моїм журналістським продуктом є поки самі сценарії, проте всі технічні моменти виробництва майбутньої програми, я розпишу.

Для створення програми я використаю таке технічне обладнання:

1. **Камери**

a. Професійні 4K-камери для студійних зйомок та інтерв'ю.

b. Мобільні камери для виїзних зйомок (вуличні опитування, навчальні заклади).

2. **Світло**

a. Студійне LED-освітлення з регулюванням кольорової температури

b. Кольорові акцентні світильники для створення драматичного настрою.

3. **Звук**

a. Петличні мікрофони для інтерв'ю.

b. Студійні мікрофони для закадрового тексту та ведучої.

c. Звукові рекордери

4. **Монтажне обладнання**

a. Стаціонарні робочі станції з високою продуктивністю для відеомонтажу, анімації та рендеру.

b. Кольорові монітори з калібруванням – для точного грейдингу.

Також варто ще долучити додаткові технічні особливості:

- **Мультимоніторні екрани в студії** – інтеграція відеоряду з живим аналізом.
- **Віртуальна студія / LED-екран (при можливості)** – для ефектного графічного оточення ведучої.
- **QR-коди** в ефірі – інтерактивний перехід глядача на платформи фактчекінгу.

2.6. Звязок із творчим доробком (портфоліо)

Протягом мого навчання на факультеті журналістики, створила лише 4 власні журналістські продукти. Я проходила практику на інтернет-радіо «Університет» дистанційно, створювала більшу кількість матеріалів, проте через певні причини вони не були опубліковані.

Всі ці чотири матеріали увійшли до мого портфоліо. Із переліком робіт можна ознайомитися за покликанням: https://studpraktyka.blogspot.com/2022/12/blog-post_3.html#more

ВИСНОВКИ

Поняття «дезінформація» в сучасному інформаційному контексті визначається як свідоме поширення неправдивої або маніпулятивної інформації з метою впливу на громадську думку, дестабілізації суспільства, створення паніки або дискредитації окремих осіб, структур чи держав. В умовах масштабного вторгнення дезінформація перетворюється на зброю. Вона стає складовою гібридної війни, націленої на руйнування довіри до офіційних джерел та послаблення стійкості населення.

Форми та методи поширення дезінформації надзвичайно різноманітні. Особливо активну роль відіграють цифрові платформи – соцмережі, месенджери (Telegram, TikTok), а також анонімні сайти та проксі-ресурси. Алгоритми соцмереж підсилюють охоплення маніпулятивного контенту, формуючи інформаційні «бульбашки» та підштовхуючи користувачів до радикалізації. Серед форм дезінформації науковці виокремлюють текстовий контент, відеоконтент, аудіальний контент, а серед методів її поширення – координована неавтентична поведінка, таргетинг, діпфейки, фейкові новини.

Фахівці з медіаграмотності та безпеки інформаційного простору наполягають, що протидія дезінформації має бути багаторівневою. Серед ключових порад – розвиток критичного мислення, постійна перевірка джерел, фактчекінг, утримання від імпульсивного поширення неперевіреної інформації. Важливо також підвищувати рівень цифрової грамотності громадян, навчати їх виявляти ознаки фейкових повідомлень та розуміти механізми інформаційного впливу.

Телебачення часто піддається ризикам відеоманіпуляцій. З кожним днем вони стають усе більш витонченими, тому надзвичайно важливо вміти їх розпізнавати. Звертаючи увагу на візуальні особливості, аналізуючи джерело походження та використовуючи спеціальні інструменти перевірки, можна визначити, чи є відео автентичним, чи це лише професійно створена фальсифікація.

В рамках практичної частини було створено серію сценаріїв телевізійних програм на тему дезінформації. Телепроєкт «Інформаційна зброя» складається з

п’яти сюжетів, кожен з яких присвячений окремому аспекту дезінформації: маніпулятивні медіа, психологічний вплив фейків, роль соцмереж, фактчекінг та інформаційна стійкість. Сценарії побудовані на сучасній телевізійній драматургії, з використанням реальних прикладів, експертних коментарів, інфографіки, інтерактиву. Основна мета – інформувати глядача, формувати медіагігієну й сприяти розвитку захисного інформаційного імунітету в суспільстві.

Сюжет **«АнтиДеза: Хто і навіщо нас дурить?»** є першим випуском просвітницької програми «Інформаційна зброя», який розкриває природу дезінформації та її роль у сучасних гібридних конфліктах. Програма триває 15 хвилин і побудована у форматі динамічного відеонарису з елементами розслідування, що поєднує студійні кадри, інтерв’ю з експертами, приклади фейкових повідомлень та вуличні опитування. Акцент зроблено на інформаційному впливі під час війни, ролі соціальних мереж та емоційному впливі дезінформації на суспільство.

Наступний сюжет **«Дипфейки в медіапросторі: ризики та механізми протидії»** присвячений сучасній інформаційній загрозі – дипфейкам. У програмі розкриваються технологічні засади створення дипфейків, їхня небезпека у політичному, соціальному та медійному контекстах, а також сучасні методи виявлення та протидії цим маніпуляціям.

Сюжет побудований у динамічному, інформативному стилі, який поєднує експертні коментарі, документальні кадри, анімаційні схеми та соціальні інтерв’ю. Використання технологічної та напруженої музики підкреслює актуальність і загрозливість теми.

Тема телесюжету «**Джерела інформації в соцмережах: правила використання»** охоплює три ключові аспекти: функціонування соціальних мереж як каналу інформаційної зброї; характерні риси маніпулятивного контенту; інструменти та правила перевірки джерел.

Сюжет відповідає потребам сучасного українського суспільства в умовах воєнної загрози, інформаційної війни та цифрової трансформації. Його освітня

цінність посилюється за рахунок участі експертів, використання кейс-методу та акценту на перевірених джерелах, що відповідає засадам громадянської освіти і медіаграмотності в Україні.

Четвертий телесюжет програми «Інформаційна зброя» **«Телеграм-канали: інструмент інформування чи маніпуляцій?»** структурується у форматі документального телевізійного розслідування з елементами публіцистики та інфографіки. Основною тематичною віссю є критичний аналіз функціонування телеграм-каналів як сучасного інструменту поширення інформації та маніпулятивного впливу, особливо в умовах гібридної війни. Висвітлюється питання ідентифікації фейків, механізмів їхнього поширення, психологічних ефектів впливу та протидії дезінформації.

Сценарій останнього п'ятого сюжету телевізійної програми «Інформаційна зброя» під назвою «**Ворог у TikTok: як працює дезінформація в молодіжних соцмережах**?» реалізований у жанрі публіцистично-аналітичного телевізійного розслідування з елементами просвітницького контенту. Центральною темою сюжету є використання платформи TikTok як інструменту інформаційної агресії, спрямованої на молодіжну аудиторію. Проблематика розкриває механізми маніпулятивного впливу через короткий відеоконтент, роль алгоритмів рекомендацій у формуванні «інформаційної бульбашки», вразливість непідготовлених користувачів до фейків, а також способи протидії дезінформації.

За рахунок візуального драматизму, залучення персонажів-підлітків, елементів впізнаваного TikTok-контенту та експертних пояснень формується переконлива комунікативна модель, що стимулює саморефлексію глядача.

Таким чином, дезінформація в сучасній журналістиці – це не просто виклик, а фактор загроз, що вимагає не тільки етичної стійкості журналістів, а й загальної цифрової обізнаності суспільства. Викриття фейків, професійне висвітлення подій і просвітницька діяльність залишаються найефективнішими інструментами в боротьбі з інформаційними атаками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. В Україні вже є законодавство і механізми щодо протидії дезінформації: заради чого колотнеча? URL: https://surli.cc/arrvbk (дата звернення: 03.11.2024).

2. Громенко С. Резолюція Європейського Парламенту щодо дезінформації та історичних фальсифікацій Росії. URL: https://surl.lu/vlcfih (дата звернення: 12.11.2024).

3. Довганич М., Ящук В. Дезінформація в інформаційному просторі держави як основний інструмент інформаційної війни. *Інформаційна безпека та інформаційні технології.* Збірник тез доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених, студентів і курсантів, м. Львів, 27 листопада 2020 року. Львів, ЛДУ БЖД, 2020. С. 79-81.

4. Європарламент засудив спроби Росії фальсифікувати історію для виправдання агресії. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/news-europarlament-rf-falsyfikacija-istoriji/33286354.html (дата звернення: 12.12.2024).

5. Мельник Р. Звідки українці черпають найбільше інформації? Ось результати опитування. URL: https://surl.lu/kgldgv (дата звернення: 23.02.2025).

6. Миколайчук Б. Епідемія дезінформації: чому фейки стали частиною нашого життя і як «вакцинуватися». URL: https://cedem.org.ua/analytics/epidemiya-dezinformatsiyi/ (дата звернення: 13.02.2025).

7. Миронюк О. Дезінформація: як розпізнати та боротися. URL: https://law.chnu.edu.ua/dezinformatsiia-yak-rozpiznaty-ta-borotysia/ (дата звернення: 18.02.2025).

8. Мудра І. Поняття «Фейк» та його види у ЗМІ. Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2016. 188 с.

9. Почепцов Г. Дезінформація. https://go.detector.media/wp-content/uploads/2019/10/ Disinformation_Pochepcov_book_WEB.pdf (дата звернення: 11.03.2025).

10. Прокопенко М. Фейк як інструмент війни. URL : https://cutt.ly/90xVuGR (дата звернення: 19.04.2025).

11. Протидія дезінформації в умовах війни, українське законодавство та роль медіа. URL: https://surl.li/fzakhj (дата звернення: 11.03.2025).

12. Протидія дезінформації: європейські підходи та стандарти. URL: https://surl.li/hcdbiw (дата звернення: 11.03.2025).

13. Руджері А. Як розпізнати фейкові новини та дезінформацію в соцмережах. Чотири прості кроки. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cd13wjzq00wo (дата звернення: 17.02.2025).

14. Тягнирядно Л. Дезінформація, пропаганда і все, що між ними: як розпізнати і захиститися. URL: https://salo.li/8391193 (дата звернення: 11.04.2025).

15. Штучні ведучі та діпфейки: як розпізнати дезінформацію в інтернеті. URL: https://salo.li/12574aD (дата звернення: 15.04.2025).

16. Cambridge dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/uk/# (дата звернення: 23.02.2025).

17. Newman N. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2017. URL: https://cutt.ly/f0xXuND (дата звернення: 20.03.2025).

ДОДАТОК А
СЦЕНАРІЇ ДО ПРОГРАМИ «ІНФОРМАЦІЙНА ЗБРОЯ»

Сюжет №1: «АнтиДеза: Хто і навіщо нас дурить?»
Загальний хронометраж: 15 хв.

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	00:00 – 00:15	Чорний екран, поступово з'являється назва програми: «Інформаційна зброя»	**Звукова заставка** з електронними мотивами та тривожними нотками. **Закадровий голос**: «Інформаційна зброя. Спростовуємо дезінформаційні повідомлення».	**Специфічні прийоми монтажу**:логотип у стилі цифрового шуму.
2	00:16 – 00:30	Ім'я та прізвище ведучої на фоні цифрового мережевого простору (анімація Wi-Fi, дані тощо)	Залишається заставка, закадровий голос: «Ведуча – Оксана Литовченко-журналістка-розслідувачка»	**Специфічні прийоми монтажу:** Титри з'являються «бінарним кодом», що розшифровується в ім'я.
3	00:31 – 01:30	**Крупний план:** Ведуча в студії з екранами позаду, які показують новини, соцмережі, меми, фейки	**Ведуча в кадрі**: «Фейки, маніпуляції, вкиди – це не жарти. Це – інформаційна зброя. Хто нею користується – і навіщо? Сьогодні будемо з'ясовувати»	Застосовується динамічний монтаж із прикладами фейкових заголовків.
4	01:31 – 02:30	Архівне відео: приклади дезінформації (з різних країн, конфліктів, включно з українським фронтом)	Інтершум новинних випусків. Ведуча за кадром: «Російська деза – одна з найбільш агресивних у світі».	Інфографіка з мапою поширення дезінформації.
5	02:31 – 03:00	**Крупний план:** очі людини, що читає смартфон, змінюється емоція: подив → страх → гнів	Звуковий супровід – напруга, драматичний тон. **Закадровий голос**: «Дезінформація – це оманлива інформація».	**Специфічні прийоми монтажу** Використання глітч-ефектів у відео.

6	03:01 – 04:00	**Крупний план:** Розмова з експертом з медіаграмотності Русланом Шаламовим	**Експерт в кадрі:** «Дезінформація – це свідоме поширення неправдивої або маніпулятивної інформації з метою вплинути на громадську думку, дестабілізувати суспільство або досягти політичних цілей. У цифрову епоху вона стає особливо небезпечною, адже здатна миттєво ширитися через соціальні мережі, підриваючи довіру до медіа та інституцій…»	Синхронне відео + текстова цитата з експерта на екрані.
7	04:01 – 05:30	Відеоряд: як створюється фейк (закадровий приклад: фабрика тролів, редагування зображень)	**Ведуча за кадром:** «Дезінформація має рецепт: неправдива інформація, багато емоцій і зручна картинка»	Схематичне пояснення – інфографіка «Рецепт фейку»
8	05:31 – 06:30	Соцмережі – як джерело поширення дезінформації: TikTok, Facebook, Telegram	**Молодіжний ритм, інтершум повідомлень.** Ведуча: «Алгоритми підсовують фейки – це пастка»	Кадри з екранами смартфонів і реакцією користувачів.
9	06:31 – 08:00	Опитування на вулиці: «Чи знаєте, що таке дезінформація? Як ви їх розпізнаєте?»	Відповіді перехожих (монтаж). **Фоново – ритмічна музика**	Кілька коротких синхронів, з гумором і серйозом.
10	08:01 – 09:30	Сцени з аудиторій університетів / школи: як вчать студентів/дітей медіаграмотності	**Закадровий голос викладача**: «Студенти та учні мають вчитися сумніватися – це їхній захист»	Демонстрація вправ: розпізнавання заголовків, фактчекінг.

11	09:31 – 11:00	**Загальний план:** Ведуча в студії пояснює ознаки дезінформації (за пунктами на екрані)	**Ведуча:** «Ознаки дезінформації включають неправдивість, маніпулятивність, спрямованість на введення в оману, використання хибних джерел, невідповідність заголовка змісту повідомлення, а також емоційні та політичні мотиви створення...»	На екрані – перелік із прикладами.
12	11:01 – 12:30	Відеоряд: українські ініціативи – StopFake, VoxCheck тощо	**Закадровий голос:** «В Україні діє потужна антивоєнна та антипанічна спільнота»	Показати сайти та інтерв’ю з фактчекерами.

13	12:31 – 13:30	Коментар психолога Іриною Зубар: вплив інформаційної війни на психіку	**Психолог:** «Дезінформація може викликати паніку, апатію або агресію. Дезінформація може викликати паніку, апатію або агресію. Коли люди отримують суперечливі або неправдиві повідомлення, це дезорієнтує їх і породжує відчуття небезпеки та невизначеності. Паніка часто виникає у кризових ситуаціях, коли інформаційний вакуум заповнюється чутками або фейками. Апатія, навпаки, виникає внаслідок інформаційного перевантаження – коли людина втомлюється аналізувати потік суперечливих новин і перестає довіряти будь-яким джерелам. Агресія може проявлятися як реакція на маніпулятивні наративи, що штучно створюють образ ворога або провокують розкол у суспільстві. Часто такі емоційні реакції стають інструментом для радикалізації або дестабілізації окремих груп населення. Особливо вразливими до психологічного впливу дезінформації є люди в умовах стресу, війни чи соціальної ізоляції. Вона порушує базове відчуття контролю над реальністю та живить тривожність. Наслідки	Камера в теплій гамі, психолог сидить у кріслі з книгою.

14	13:31 – 14:30	**Крупний план:** Ведуча в кадрі: заклик до критичного мислення, розумного споживання новин	**Ведуча:** «Будьте уважні до того, що споживаєте й поширюєте. Сумнівайтеся, коли все здається надто емоційним або сенсаційним. Лише свідомість і критичне мислення допоможуть вистояти в умовах цифрової війни. До зустрічі в наступному випуску – і пам'ятайте: інформація може захищати, а може знищувати. З вами була програма "Інформаційна зброя". До нових зустрічей».	Сильний, емоційний монолог.
15	14:31 – 15:00	**Загальний план.** Логотип програми, темний фон, QR-код з посиланням на інструменти перевірки фактів	**Музична тема програми, закадровий голос:** «Інформаційна зброя. Стань стійкішим в медіапросторі».	Завершення із закликом до глядачів навчатися розпізнавати дезу. Трек із напруженим, динамічним і трохи тривожним звучанням (Audiomachine – «Blood and Stone»).

Сюжет № 2: «Дипфейки в медіапросторі: ризики та механізми протидії»
Загальний хронометраж: 15 хв.

№ кадру	**Хронометраж**	**Відеоряд**	**Аудіоряд**	**Примітки**
1	00:00 – 00:20	**Загальний план.** Чорний екран, логотип програми «Інформаційна зброя», поступово з'являється напис	**Закадровий голос:** «Дипфейки в мережі – розкодовуємо разом» **Супровід:** техно-етно музика	Логотип проявляється крізь цифровий «шум», як натяк на тему дезінформації

2	00:21 – 00:40	Титри з ім’ям ведучої: « Оксана Литовченко – журналістка-розслідувачка»	Залишається заставка, закадровий голос: «Ведуча – Оксана Литовченко»	Плавне наближення
3	00:41 – 01:30	**Крупний план** ведучої в студії з LED-панеллю на фоні (візуалізація теми: обличчя, що трансформується)	Ведуча: « Сьогодні ми поговоримо про нову загрозу – дипфейки. Це технологія, яка дозволяє створювати фальшиві відео або аудіо, де здається, що реальні люди говорять або роблять те, чого насправді ніколи не було. Завдяки штучному інтелекту ці підробки можуть виглядати настільки правдоподібно, що їх важко відрізнити від справжніх записів. Дипфейки вже використовуються для маніпуляцій у політиці, бізнесі та навіть для дискредитації журналістів. Їх потенціал підривати довіру до медіа, поширювати дезінформацію та викликати суспільні конфлікти – надзвичайно високий. У час, коли інформація є зброєю, вміння розпізнавати фейки стає критично важливим. Сьогодні ми розберемося, як працюють дипфейки, чому вони становлять небезпеку і як захистити себе від їхнього впливу».	Освітлення синьо-біле, технологічне

4	01:31 – 02:10	**Архівні кадри:** змонтовані відео зі зміненими обличчями політиків, селебріті	**Закадровий голос:** «Це – не сцена з фільму. Це – штучно створене відео»	Ефект «зависання» кадру, цифровий шум

5	02:11 – 03:30	**Крупний план** Коментар фахівчині з кібербезпеки Анастасії Кондрико	Фахівчиня: «Алгоритми глибокого навчання дозволяють імітувати голос і міміку з такою точністю, що навіть спеціалістам буває складно відрізнити фейк від реального запису. Це відкриває можливості для маніпуляцій на новому рівні – від підроблених відеозвернень політиків до телефонних шахрайств, де злочинці копіюють голос близької людини. Такі технології вже використовуються у кібератаках, спрямованих на обман державних структур, компаній і звичайних громадян. Оскільки ці системи вчаться на великій кількості відкритих даних, кожен, хто активно користується соцмережами, потенційно може стати жертвою. Особливо тривожно, що ці інструменти стають дедалі доступнішими – сьогодні для створення дипфейку вже не потрібні глибокі технічні знання. Це створює нові виклики для кібербезпеки, адже стандартні методи виявлення фейків не завжди ефективні. Ми маємо не лише вдосконалювати захисні технології, а й підвищувати обізнаність користувачів. Критичне мислення та цифрова грамотність – найкраща перша лінія оборони.»	**Супровід:** нейтральна інтелектуальна музика

6	03:31 – 04:20	Демонстрація процесу створення дипфейку на комп’ютері (step-by-step)	**Коментар ведучої**: «Щоб створити фейк – не потрібна студія, лише комп’ютер і трохи навичок. Все починається з вибору зображення або відео людини, яку ви хочете підробити – це може бути публічне відео з YouTube чи фото з соціальних мереж. Далі за допомогою програми, наприклад, **DeepFaceLab** або **FaceSwap**, завантажуються обличчя, які будуть замінені. Програма аналізує міміку, повороти голови, освітлення і накладає обличчя з високою точністю. Для обробки голосу можна використати сервіси на кшталт **ElevenLabs** або **iSpeech**, які здатні зімітувати голос лише на основі кількох хвилин аудіо. Потім усе з’єднується в монтажній програмі, такій як **Adobe Premiere Pro** або навіть безкоштовній **DaVinci Resolve**, і в результаті маємо відео, яке виглядає цілком реальним. На весь процес може піти кілька годин – і фейк готовий до публікації в мережі. Це демонструє, наскільки легко сьогодні створити переконливу підробку без дорогого обладнання.	Кадри в стилі «how it’s made»
7	04:21 – 05:50	Вуличне опитування: «Чи змогли б ви розпізнати фейк?»	Реальні відповіді перехожих	Підкреслюється розгубленість і довіра до відео як до істини

8	05:51 – 07:00	Анімація: схема поширення дипфейку в соцмережах	**Закадровий голос**: «Фейк може охопити мільйони за лічені хвилини»	Анімація в стилі інфографіки
9	07:01 – 08:20	**Крупний план** Ведуча: «Але є способи захисту від дипфейку»	Ведуча: «Ми розповімо про інструменти перевірки фактів і алгоритми розпізнавання»	На фоні – демонстрація сервісів типу InVID, Deepware, Sensity

10	08:21 – 10:10	Гість-експерт: журналіст-розслідувач Оксана Романюк показує приклад викриття дипфейку	Передусім варто звертати увагу на дрібні деталі – неприродну міміку, нерухомі очі, розмиті контури обличчя або дивну синхронізацію губ із голосом. Крім візуального аналізу, існують спеціальні інструменти для перевірки автентичності відео, наприклад, **Deepware Scanner** або **Sensity AI**, які використовують алгоритми для виявлення ознак підробки. Також важливо перевіряти джерело інформації: якщо відео не розміщене на офіційних платформах або не підтверджене іншими медіа – варто ставитися до нього з обережністю. Багато платформ зараз впроваджують водяні знаки та цифрові сертифікати, які підтверджують оригінальність контенту. Ще один спосіб захисту – медіаграмотність: знання про технології дипфейків допомагає не потрапити в пастку емоційної маніпуляції. Журналісти, активісти й освітяни мають відігравати ключову роль у поширенні цієї інформації. Адже чим більше людей розуміє, як працюють фейки – тим складніше ними маніпулювати».	Діалог побудований як приклад розслідування

11	10:11 – 11:00	**Анімаційна вставка:** як розпізнати дипфейк за 5 ознаками	Пояснення ведучої: «Рух очей, артефакти обличчя, голос, освітлення, відсутність джерел інформації»	Інфографіка з маркерами

12	11:01 – 12:00	**Загальний план.** Сюжет з реальними наслідками: приклади використання дипфейків у війні, виборах	**Закадровий голос.** «У 2022–2024 роках дипфейки стали потужним інструментом гібридної війни. Вже в лютому-березні 2022-го з’явилися гучні глибокі підробки: відео з президентом Зеленським, що закликає до капітуляції, та ролик з нібито «заявою миру» від Путіна – поширені через Telegram, соцмережі й навіть телеканали. Ці атаки спричинили масову сумнівність: люди почали підозрювати навіть справжні відео . У 2023–2024 роках глибинна технологія застосовувалася вибірково – для створення дипфейків генерал-лейтенанта Залужного, екс-президента Порошенка або навіть українських біженців у європейських країнах, де їхні справжні образи супроводжувалися фейковою озвучкою з компрометуючими репліками. Ці каипанії спрямовані на розкол громадських настроїв та підірвання підтримки України на Заході. Вони є складовою гібридних атак, поєднуючи високу технологічність AI з класичними методами пропаганди та дезінформації задля створення правдоподібного, але хибного наративу . Такий підхід дозволяє імітувати	На фоні – синхрон з новинами

13	12:01 – 13:10	**Крупний план** Ведуча: «Як не стати жертвою?»	Ведуча: «Довіра – це зброя. А критичне мислення – броня»	Емоційне звернення, крупний план
14	13:11 – 14:20	Колаж із кадрів: користувачі перевіряють факти, викривають фейки, діляться інформацією	Закадровий голос: «Разом ми можемо протистояти фальсифікації правди»	Кадри з життя, соцмереж, графічні елементи
15	14:21 – 15:00	Логотип програми, чорний екран	Ведуча: «Залишайтесь уважними. Це була програма “Інформаційна зброя”.	Завершення, трек із напруженим, динамічним і трохи тривожним звучанням (Audiomachine – «Blood and Stone»). **Титри:** команда проєкту, автор сценарію тощо.

Сюжет 3. «Джерела інформації в соцмережах: правила використання» Загальний хронометраж: 15 хв.

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	00:00 - 00:30	**Загальний план** Чорний екран. Назва програми: «Інформаційна зброя».	Фірмова мелодія з сучасними та етнічними мотивами. Закадровий голос: «Інформаційна зброя»	Назва з’являється поступово
2	00:31 - 01:00	**Загальний план:** Ім’я ведучої на фоні студії.	Продовження мелодії. Титри: «Ведуча Оксана Литовченко – журналістка-розслідувачка»	Плавне затемнення фону

3	01:01 - 02:30	**Крупний план:** Ведуча в кадрі у студії, сидить за столом з ноутбуком. На екрані – колаж соцмереж.	Ведуча: «Сьогодні ми поговоримо про інформаційну зброю в соцмережах. У час війни чи кризи платформи як Facebook, Instagram, Telegram чи TikTok стають не лише засобами спілкування, а й інструментами впливу. Щодня ми бачимо сотні новин, відео та коментарів – але звідки вони беруться? Хто їх створює і з якою метою? У сучасних реаліях фейкова інформація може поширюватися швидше, ніж правда, і завдавати не меншої шкоди, ніж реальна зброя. Тому вкрай важливо знати, як перевіряти джерела, відрізняти факти від маніпуляцій і не ставати частиною інформаційної атаки. Ми розберемо, які правила допоможуть залишатись медіаграмотними та не поширювати дезінформацію. І найголовніше – навчимося думати критично та не втрачати довіру до реального світу через віртуальні пастки»	Крупний план, зум на обличчя
4	02:31 - 03:30	**Загальний план** На екрані з'являються приклади дописів у соцмережах, заголовки новин, відео з TikTok.	Інтершум скролінгу, короткі звуки кліків.	Накладання візуальних ефектів

5	03:31 - 04:30	**Загальний план** Інфографіка: статистика довіри до соцмереж в Україні.	Закадровий голос: «За статистикою Digital 2025 Global Overview Report станом на початок 2025 року близько 30 млн українців користуються соціальними мережами. Це становить понад 80% населення країни. Активними користувачами вважаються ті, хто щодня взаємодіє з контентом, створює публікації, коментує чи переглядає відео. Найбільшу частку користувачів становлять люди віком від 18 до 35 років. Водночас активно зростає сегмент користувачів віком 45+ завдяки розширенню доступу до цифрових технологій».	**Анімація даних**

6	04:31 - 06:00	**Крупний план** Сюжет: інтерв'ю з експерткою-медіааналітиком Олександрою Усенко.	Експертка коментує: «Інформаційна атака починається з емоційного заголовка. Саме заголовок часто формує перше враження й спонукає читача перейти до тексту – або миттєво прийняти його як правду. Маніпулятори свідомо використовують тривожні або шокуючі фрази, щоб викликати сильну емоційну реакцію – страх, злість, обурення. Це приглушує критичне мислення та підвищує шанс, що людина поширить матеріал, навіть не перевіривши його зміст. Далі в хід ідуть напівправда, перекручені факти або відверті вигадки, подані у «драматичному» стилі. Такий контент швидко віруситься в соцмережах і створює ілюзію масової підтримки фейкового наративу. Саме тому важливо вміти зупинитись, оцінити джерело інформації і поставити собі запитання: «Чи не намагаються мною зараз маніпулювати?»	Зйомка на тлі проєкту «Вивчай і розрізняй: інфомедійна грамотність»

7	06:01 - 07:30	**Загальний план** Ведуча показує глядачам 5 порад – як перевіряти джерела в соцмережах від Радіо Свобода (графічно).	Фоновий трек + голос ведучої: «Перше – Звертайте увагу на емоції, які викликає у вас повідомлення у ЗМІ. 2 – Ставте питання. 3 – Перевіряйте факти. 4 – Розрізняйте факти і судження, пам’ятайте про журналістські стандарти. 5 – Діліться інструментами аналізу медіа з іншими»	Список порад у графіці

8	07:31 - 09:00	**Середній план** Кейс-стаді: історія фейку, який поширився у Facebook.	Закадровий голос: «У перші місяці повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року соцмережі, зокрема Facebook, масово наповнилися дезінформацією. Одним із найпоширеніших фейків став наратив про нібито існування в Україні таємних американських біолабораторій, які займаються створенням біологічної зброї. Фейкова інформація з'явилася спочатку в телеграм-каналах, пов'язаних з російськими пропагандистськими мережами. Далі її активно тиражували користувачі Facebook, переважно через "особисті" пости або нібито "злиті документи" зі скриншотами і без джерел. Публікації супроводжувалися емоційними заголовками типу: *«Шок! США використовують Україну як полігон для біологічної зброї!»* або *«Ось чому Росія мусила втрутитися!»*. Фейк був побудований на страху перед невидимою загрозою – хворобами та біологічною зброєю. Він апелював до змовницького мислення і поширених антимедичних настроїв, які посилилися під час пандемії COVID-19. Крім	Кадри екранів, анімація поширення

9	09:01 - 10:30	**Загальний план** Аналіз матеріалу в соцмережах, які не мають жодного джерела інформації.	Ведуча презентує приклад повідомлення в соцмережах: УВАГА! Українським військовим ЗАБОРОНИЛИ користуватись телефонами – кажуть, щоб "не зливали інформацію", але насправді готують щось дуже серйозне**!** Вже кілька днів у різних частинах країни помічено незвичну активність – колони техніки, закриті об'єкти, зникнення мобільного зв'язку. Люди панікують, але офіційно мовчать. Кажуть, що щось велике має статися найближчим часом. Можливо, готується повна мобілізація або навіть введення воєнного стану в усій країні. Все це виглядає дуже підозріло. Зробіть висновки самі. Поширте, поки не видалили! «Зверніть увагу на надмірну емоційність, відсутність джерел. Текст апелює до страху, недовіри до влади, натякає на «секретну інформацію» та навмисно не містить ані дат, ані фактів, ані посилань на джерела. Його мета – викликати паніку й стимулювати масове поширення («Поширте, поки не видалили!»). Це класичний приклад емоційної маніпуляції без жодного підтвердження»	Зум на ключові моменти

10	10:31 - 12:00	Інтерв'ю зі студентами про те, як вони виявляють фейки.	Вуличне опитування	Різні локації: вулиця, кав'ярня, поруч із закладами вищої освіти
11	12:01 - 13:30	**Крупний план** Ведуча у студії підсумовує тему	Голос ведучої: «Інформаційна зброя – це не фантастика, а реальний інструмент, який щодня використовується для впливу на суспільну думку, дестабілізації ситуації та послаблення довіри до державних інституцій. Тому кожен користувач має перевіряти джерела, критично мислити і не поширювати сумнівну інформацію.	Фонова мелодія.
12	13:31 - 15:00	**Загальний план** Фінальні титри, логотип програми, посилання на перевірені ресурси.	Ведуча: «Залишайтесь уважними. Це була програма "Інформаційна зброя"».	Завершення, трек із напруженим, динамічним і трохи тривожним звучанням (Audiomachine – «Blood and Stone»). **Титри:** команда проєкту, автор сценарію тощо.

Сюжет 4. «Телеграм-канали: інструмент інформування чи маніпуляцій?» Загальний хронометраж: 17 хв. 30 секунд.

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	00:00 - 00:30	Чорний екран із логотипом програми. Назва білими літерами: «Інформаційна зброя».	**Голос за кадром:** «Інформаційна зброя» **Звуковий супровід:** напружена фірмова мелодія.	**Прийом монтажу:** Назва проявляється поступово, ніби сканується.

2	00:31 - 01:00	Чорний фон. Назва сюжету: «Телеграм-канали: інформування чи маніпуляція?»	**Звуковий супровід:** продовження фонової мелодії. Титри: «Ведуча Оксана Литовченко – журналістка-розслідувачка»	**Титр:** Назва сюжету. Ефект: з'являється з анімацією друкування, як повідомлення в чаті.
3	01:01 - 02:30	**Загальний план:** Юнак гортає стрічку Телеграму на смартфоні.	**Інтершум:** клацання, свайпи. **Ведуча:** «Телеграм – найпопулярніший канал новин. Але не всі канали рівноцінні. Багато з них працюють анонімно, не вказують джерел і можуть бути інструментами зовнішнього впливу чи цілеспрямованої пропаганди. Тому важливо знати, кому належить канал, хто його фінансує і як перевірити правдивість опублікованого контенту. Саме про це і піде сьогодні наша з вами розмова».	Поступове наближення до екрана.
4	02:31 - 03:30	Крупний план екрану телефона: новинний Телеграм-канал із провокативними заголовками *Чому мовчить Офіс Президента? Шокуюча правда про нічні перемовини. Наших відправили на смерть – і це ще не кінець.* *Світло вимикатимуть по 12 годин – офіційно не повідомляють!*	**Ведуча:** «Маніпуляція починається із заголовка: гучного, емоційного, часто – неправдивого».	Виділено слова на екрані (анімація жовтого підсвічування).

5	03:31 - 04:30	На екрані – фейкове повідомлення, стилізоване під новину. *В Офісі Президента готують евакуацію керівництва за кордон – джерела* *Станом на 9:00 стало відомо, що найближчими днями можливе вивезення кількох високопосадовців ОП до однієї з країн ЄС. За попередніми даними, вже готові приватні борти, а дипломатичні канали активізовані. Це може свідчити про підготовку до різкої ескалації або втрату контролю над ситуацією в окремих регіонах.* *Офіційні структури поки що не коментують ситуацію. Слідкуйте за оновленнями.* *Поширте, щоб інші знали правду!*	**Звук:** зловісний електронний тон. **Ведуча:** «Фейки поширюються блискавично. Кожен репост – новий рівень впливу».	Повідомлення «розлітається» анімаційно в різні боки – імітація поширення.
6	04:31 - 06:00	Графіка: інфографіка з розгалуженою мережею каналів, що поширюють однакову новину.	**Ведуча:** «Багато каналів – одна мета. Часто за ними стоїть єдиний центр управління».	Графіка анімована, канали з’єднані лініями до одного центру.

7	06:01 - 07:30	**Загальний план** Експертка Наталія Виговська в студії	**Коментар експертки щодо маніпулятивних повідомлень**: «Ми маємо справу з інформаційною операцією. Це не випадкові дезінформаційні повідомлення фейк, а цілеспрямовані спроби вплинути на громадську думку, посіяти паніку або розкол у суспільстві. Такі вкиди зазвичай готуються заздалегідь, тестуються на окремих аудиторіях і поширюються через мережі ботів, анонімні канали та емоційно заряджений контент».	Ім’я, посада – титрами знизу.
8	07:31 - 09:00	Вставка: архівне відео – події, які супроводжувалися хвилею фейкових новин у Телеграмі.	**Ведучий за кадром:** «Приклади атаки на об’єкти інфраструктури, паніка серед населення. Усе це часто супроводжується хвилею фейкових повідомлень, які лише поглиблюють тривожність і дезорієнтацію людей. Саме тому важливо фільтрувати інформацію, довіряти лише офіційним джерелам і не поширювати неперевірене.»	Можливе затемнення країв кадру для фокусування уваги.
9	09:01 - 10:30	**Крупний план:** очі людини, яка читає щось емоційне в Телеграмі.	**Звук:** гучний вдих, як від несподіванки. **Ведучий:** «Люди реагують емоційно, без перевірки».	Ефект затемнення – символ емоційного впливу.

10	10:31 - 12:00	Експерт-психолог Тетяна Захарченко: «Це типова інформаційна атака, розрахована на страх і гнів».	**Інтерв'ю:** фрагмент відповіді експерта.	Камера – статична, спокійний фон, щоб контрастувати з попередніми кадрами.
11	12:01 - 13:30	Монтажна склейка: зображення людей, які репостять фейки, графіка з підрахунком охоплення.	**Звуковий супровід:** монотонне клацання, потім зростаючий тривожний фон.	Число переглядів зростає на очах – візуалізація «вірусного» ефекту.
12	13:31 - 15:00	**Крупний план.** Ведуча у студії, дивиться в камеру.	**Ведуча:** «Як відрізнити правду від маніпуляції? Є ознаки, які варто знати кожному».	Студія – нейтральний фон, спокійне освітлення.
13	15:01 - 15:30	Графіка: «4 ознаки фейкового Телеграм-каналу»: 1. Анонімність, 2. Провокації, 3. Відсутність джерел, 4. Нерегулярний контент.	**Ведуча:** перелічує ознаки, пояснюючи кожну.	Кожна ознака підсвічується по черзі.
14	15:31 - 17:00	**Крупним планом:** людина перевіряє новину через офіційний ресурс.	**Ведуча:** «Критичне мислення – головна зброя в інформаційній війні».	Екран стає світлішим – ефект виходу з туману.
15	17:01 - 17:30	Логотип програми, чорний екран	**Ведуча:** «Це була програма «Інформаційна зброя» До зустрічі! »	**Титри:** команда проєкту, автор сценарію тощо. Трек із напруженим, динамічним і трохи тривожним звучанням (Audiomachine – «Blood and Stone»).

Сюжет 5. «Ворог у TikTok: як працює дезінформація в молодіжних соцмережах?»
Загальний хронометраж: 15 хв.

№ кадру	Хронометраж	Відеоряд	Аудіоряд	Примітки
1	00:00 – 00:15	Чорний екран із логотипом програми. Назва білими літерами: «Інформаційна зброя».	**Голос за кадром:** «Інформаційна зброя» **Звуковий супровід:** напружена фірмова мелодія.	**Монтаж:** назва проявляється з ефектом цифрової «перешкоди».
2	00:16 – 00:30	Текст на чорному фоні: «Ворог у TikTok: як працює дезінформація в молодіжних соцмережах».	**Фоновий звук:** цифрові шуми, короткі тики. Ведуча Оксана Литовченко-журналістка-розслідувачка**:** «Цього разу ми говоримо про дезінформацію в TikTok».	Ефект анімації появи тексту через «моргання», як у соцмережах.
3	00:31 – 01:30	Підлітки знімають танцювальний челендж у кімнаті. Один із них дивиться в телефон.	**Інтершум:** музика з TikTok, сміх, клацання камери.	Камера фокусується на екрані телефона підлітка.

4	01:31 – 02:30	**Крупний план.** TikTok стрічка із підозрілими політичними відео.	**Ведуча за кадром:** «Алгоритми підсовують контент, який може мати небезпечний підтекст. Особливо якщо він викликає сильні емоції – обурення, страх чи ненависть – адже саме такий контент має найбільше переглядів і поширень. У результаті користувач опиняється в інформаційній бульбашці, де дезінформація та фейки підкріплюються схожими повідомленнями, що формують викривлену картину реальності»	Відео з радикальними гаслами, емоційна мова.
5	02:31 – 03:00	Екран телефона: відео з перекрученими фактами.	**Звук:** спотворений голос, гучна музика. **Ведучий:** «Маніпуляція замаскована під “мем”».	Візуальний ефект: відео накривається «шумом», ілюзія викривлення.

6	03:01 – 04:00	Графіка: як працює TikTok-алгоритм – «що лайкаєш – те й отримуєш більше».	**Ведучий:** «Підписався, лайкнув – отримуєш ще більше подібного контенту. Це – інфозасада. Алгоритми фіксують твої вподобання й починають «годувати» тебе однаковими наративами, часто навіть не даючи побачити альтернативної точки зору. Так формується замкнене інформаційне коло, з якого важко вирватись і де деза виглядає як правда.».	Анімація кола вподобань, яке замикається.
7	04:01 – 05:30	Коментар експерта з кібербезпеки Анастасії Кондрико.	**Коментар:** «TikTok – інструмент впливу, особливо для молоді, що ще не сформувала інформаційного імунітету. Короткі, емоційні відео легко маніпулюють свідомістю, замінюючи глибокий аналіз простими, але перекрученими меседжами. Саме тому важливо навчати молодь критичному мисленню та відповідальному ставленню до споживання цифрового контенту.».	Ім’я та посада титром знизу. Фон – студія з екранами.

8	05:31 – 06:30	Архівні кадри протестів, на які масово закликали через TikTok.	**Ведучий:** «В TikTok уже запускали інформаційні атаки. Наслідки – реальні».	Монохромний ефект на кадрах.
9	06:31 – 08:00	Монтаж відео: TikTok відео → TikTok відео → TikTok відео – всі з однаковим меседжем.	**Фоновий звук:** уривки з треків, що використовуються в трендах. **Ведучий:** «Синхронно. Масово. Планово».	Відео змінюються з ефектом клацання, як при монтажі Reels.
10	08:01 – 09:30	Підліток в кімнаті. Вражений, читає коментарі до відео.	**Звук:** голоси в голові (нашарування). **Ведучий:** «Коментарі – ще один інструмент тиску».	Темне освітлення, драматичний ракурс.
11	09:31 – 11:00	Інтерв'ю психолога: «Молодь сприймає візуальну інформацію як правду – без перевірки. Особливо якщо вона подана динамічно, з емоційним супроводом або від популярного блогера. Зображення чи відео створюють ефект реальності, навіть якщо це монтаж або вирваний з контексту фрагмент. Через це фейки у форматі Reels або TikTok мають потужний вплив і можуть швидко формувати хибні уявлення про події.».	**Психолог:** пояснює механізм вразливості підлітків до візуальних меседжів.	Спокійний фон, тепле освітлення, крупний план.
12	11:01 – 12:30	Візуалізація: два відео – правдиве й фейкове. Порівняння (графіка).	**Ведучий:** «Перевіряй факти. Навіть коротке відео може нести брехню».	Екран розділений навпіл: ліворуч – фейк, праворуч – факт із джерелом.

13	12:31 – 13:30	Графіка: «Як розпізнати фейк у TikTok?» (анонімний акаунт, відсутність джерел, заклики до дій).	**Ведучий:** пояснює кожен пункт, підкріплює прикладами.	Кожен пункт з'являється окремо, підсвічується кольором.
14	13:31 – 14:30	Підліток перевіряє інформацію через фактчекінговий сайт.	**Фон:** спокійна музика. **Ведучий:** «Фактчек – це не складно. Головне – мати бажання не бути обманутим».	Кадр світлішає, акцент на дію.
15	14:31 – 15:00	Титр: «TikTok – це просто платформа. Вибір – за тобою». Логотип програми.	**Ведуча:** «Це була серія випусків програм з теми «Інформаційна зброя».	**Титри:** команда проєкту, автор сценарію тощо **Звук:** заключний джингл програми.

ДОДАТОК Б

СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет-матеріали:

1. День металурга 2022 року найсумніша дата за історію існування свята. UNIVERSE молодіжне радіо, 27.06.2022. URL: https://universe.zp.ua/den-metalurga-2022-roku-najsumnisha-data/

2. За межами можливостей науки. UNIVERSE молодіжне радіо, 27.06.2022. URL: https://universe.zp.ua/za-mezhami-mozhlivostej-nauki/

3. Діабет – не вирок. UNIVERSE молодіжне радіо, 09.11.2022. URL: https://universe.zp.ua/diabet-ne-virok/

4. День української писемності та мови. UNIVERSE молодіжне радіо, 08.11.2022. URL: https://universe.zp.ua/strong-den-ukrainskoi-pisemnosti-ta-movi-strong/

Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Недолужко Анастасія Олегівна, студентка 4 курсу, форми навчання денна, факультету журналістики, спеціальність С7 журналістика, адреса електронної пошти nedoluzkoanastasia7@gmail.com ,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему « Дезінформація в журналістиці: сучасні способи протидії» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 13.06.2025 Підпис _____ПІБ (студентка) Недолужко А. О.

Дата 13.06.2025 Підпис _____ ПІБ (керівник проєкту) Костюк Ю. В.

ABSTRACT

Bachelor's Qualification Thesis Topic: «Disinformation in Journalism: Modern Countermeasures».

The volume of the main part of the work: 25 pages.

The number of sources used: 17

The purpose of the work is to create a series of scripts for television programs on the topic of disinformation in the media space.

To achieve the research goal, we have fulfilled the following tasks:

- to analyze the essence of the concept of «disinformation», to determine its role in the period of large-scale invasion;

- outline the forms and methods of spreading disinformation in the media space

- to provide expert advice on mechanisms to combat the spread of disinformation;

- to create a series of scripts for television programs on the topic of disinformation in the information space.

The object of the study is scripts for television programs on the topic of disinformation in the information space.

The subject of the study is the peculiarities of identifying, analyzing and neutralizing disinformation in journalism, as well as the role of journalism in the formation of a media literate society.

Formal and content characteristics of the project. The creative project is a series of scripts for television programs that help to reveal the forms and methods of spreading false information and offer mechanisms for countering disinformation messages.

Keywords: media, disinformation, fake, media literacy, counteraction.