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

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Протидія дезінформації в медіа: український та європейський досвід»

Виконала: студент 4 курсу, групи 6.0611-ж-з
спеціальності С7 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Воронкова А. Д.
Керівник: доц., к. філол. н. *Усманова О. В*
Рецензент: доц., к. філол. н. *Пирогова К. М.*

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат…… 3

Завдання…….. 4

Вступ……... 6

Розділ 1. Теоретичні основи протидії дезінформації……..……..... 8

1.1 Сутність і види дезінформації ……...…… 8

1.2 Механізми поширення дезінформації в сучасних медіа…….. 13

Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту…… 20

2.1 Опис та обґрунтування творчого проєкту……. 20

2.2 Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту 21

2.3 Формально-змістові характеристики проєкту……... 22

2.4 Особливості оформлення проєкту…….. 23

2.5 Технічні і програмні засоби…… 24

2.6 Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)……. 25

Висновки…… 27

Список використаної літератури…….. 29

Додаток А. Сценарії……... 31

Додаток Б. Список матеріалів портфоліо…..…… 50

Декларація академічної доброчесності…… 52

Abstract……...……. 53

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: «Протидія дезінформації в медіа: український та європейський досвід».

Обсяг основного тексту: 23 сторінки.

Кількість використаних джерел – 18.

Мета роботи – дослідити феномен дезінформації та механізми її поширення, а також створити творчий проєкт, спрямований на підвищення рівня медіаграмотності аудиторії та протидію поширенню фейків.

Завдання дослідження:

1) Визначити сутність, основні види та механізми поширення дезінформації в сучасних медіа;

2) Проаналізувати теоретичні аспекти боротьби з дезінформацією на прикладі українського та європейського досвіду;

3) Створити концепцію та реалізувати творчий проєкт у форматі подкастів, орієнтованих на молодь, із використанням сучасних журналістських технологій;

4) Забезпечити відповідність творчого проєкту концептуальним вимогам, зокрема, його формально-змістовим і технічним характеристикам.

Об'єкт дослідження – аудіоподкасти як засіб медійної комунікації та інструмент протидії дезінформації**.**

Предмет дослідження механізми протидії дезінформації та їх реалізація в українському і європейському медіапросторі.

Формально-змістові характеристики проєкту. Творчий проєкт є серією із трьох подкастів, присвячених темам медіаграмотності, розпізнаванню фейків та збереженню ментального здоров'я в умовах інформаційного тиску. Подкасти орієнтовані на молодіжну аудиторію віком від 18 до 40 років. Кожен епізод має тривалість 15-20 хвилин, створений із дотриманням журналістських стандартів, що сприяють залученню слухачів.

Ключові слова: дезінформація, медіаграмотність, фейки, подкасти, інформаційний простір.

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.
_____
«6» травня 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ
Воронковій Анастасії Дмитрівні

1. Тема роботи – «Протидія дезінформації в медіа: український та європейський досвід» («Countering Disinformation in the Media: Ukrainian and European Experience»),

керівник роботи – Усманова Олена Вікторівна, доц. к., філол. н.,

затверджені наказом ЗНУ від «7» листопада 2024 року №1782-с.

2. Строк подання студентом роботи – 15 травня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: О. Гороховський, В. Карпенко, І. Костюк, Б. Миколайчук.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) визначити сутність, основні види та механізми поширення дезінформації в сучасних медіа; 2) проаналізувати теоретичні аспекти боротьби з дезінформацією на прикладі українського та європейського досвіду; 3) створити концепцію та реалізувати творчий проєкт у форматі подкастів, орієнтованих на молодь, із використанням сучасних журналістських технологій; 4) забезпечити відповідність творчого проєкту концептуальним вимогам, зокрема, його формально-змістовим і технічним характеристикам.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата, підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Усманова О. В., доц.	20.11.2024	20.11.2024
1 розділ	Усманова О. В., доц.	12.12.2024	12.12.2024
2 розділ	Усманова О. В., доц.	02.02.2025	02.02.2025
Висновки і додатки	Усманова О. В., доц.	14.04.2025	14.04.2025

6. Дата видачі завдання – 17 листопада 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	25.11.2024	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	04.12.2024	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури.	27.01.2025	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	17.03.2025	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	25.03.2025	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	20.04.2025	Виконано
7	Оформити всі додатки.	26.04.2025	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	12.05.2025	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру	16.05.2025	Виконано

Студент _____ А. Д. Воронкова

Керівник роботи _____ О. В. Усманова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко

ВСТУП

У сучасному інформаційному просторі стрімко зростає роль медіа як основного джерела формування громадської думки. Проте, разом із позитивним впливом медіа, поширення дезінформації стало серйозною проблемою для суспільства, оскільки воно призводить до маніпулювання свідомістю, формування хибних уявлень про події та дискредитації окремих осіб і організацій. Особливо актуальною ця проблема є в умовах інформаційної війни, коли дезінформація використовується як інструмент тиску та впливу.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розробки ефективних механізмів протидії дезінформації, особливо в українському контексті, де інформаційна безпека є важливим елементом національної стратегії.

Останнім часом проблеми дезінформації активно досліджують у наукових працях: С. Брайчевський розглядає її як нелінійний ефект взаємодії інформаційних потоків, О. Звоздецька вивчає дезінформацію як загрозу національній безпеці ЄС, О. Зибарева досліджує вплив дезінформації щодо надзвичайних ситуацій на регіональні суспільні системи, Н. Кутуза і Д. Тельпіс аналізують маніпулятивний аспект дезінформації в контексті російсько-української війни, Ю. Святець досліджує фальсифікацію в історичних джерелах. Проте в контексті нашого дослідження тема протидії дезінформації в медіа, особливо з акцентом на український та європейський досвід, ще недостатньо розкрита.

Мета роботи – дослідити феномен дезінформації та механізми її поширення, а також створити творчий проєкт, спрямований на підвищення рівня медіаграмотності аудиторії та протидію поширенню фейків.

Завдання дослідження:

1) Визначити сутність, основні види та механізми поширення дезінформації в сучасних медіа;

2) Проаналізувати теоретичні аспекти боротьби з дезінформацією на прикладі українського та європейського досвіду;

3) Створити концепцію та реалізувати творчий проєкт у форматі подкастів, орієнтованих на молодь, із використанням сучасних журналістських технологій;

4) Забезпечити відповідність творчого проєкту концептуальним вимогам, зокрема, його формально-змістовим і технічним характеристикам.

Об'єкт дослідження – аудіоподкасти як засіб медійної комунікації та інструмент протидії дезінформації.

Предмет дослідження механізми реалізації журналістського аудіоконтенту, спрямованого на викриття дезінформації, через призму українського та європейського досвіду.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. Обсяг – основної роботи – 23 сторінки. Список використаної літератури включає 18 найменувать (викладених на 2 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

1.1. Сутність і види дезінформації

У сучасному інформаційному світі дезінформація стала одним із найпотужніших інструментів впливу на суспільну свідомість, формування суспільної думки та маніпуляції політичними й соціальними процесами. Вона проникає в усі сфери людської діяльності – від міжособистісного спілкування до глобальної політики. Розуміння сутності дезінформації, її механізмів, форм прояву та каналів поширення є ключем до розробки ефективних стратегій протидії цьому явищу, яке загрожує інформаційній безпеці окремих громадян, організацій і держав.

У сучасних умовах виробництво інформаційного контенту стало доступним не лише професійним журналістам, редакторам чи аналітикам, а й звичайним користувачам інтернету. Завдяки розвитку цифрових технологій і соціальних мереж кожна людина може створювати й поширювати інформацію, досягаючи глобальної аудиторії. Це досягнення сприяє реалізації основних прав людини, таких як свобода слова, право на доступ до інформації та можливість висловлювати власну думку. Водночас така доступність має і зворотний бік: перенасичення інформаційного простору, поширення неправдивих повідомлень, фейкових новин, маніпулятивних матеріалів і навіть діпфейків – технологій, які дозволяють створювати візуальні й аудіоматеріали, що вводять людей в оману.

Дезінформація завдає значної шкоди як на індивідуальному рівні, впливаючи на психіку та формуючи викривлену картину світу, так і на рівні суспільства, послаблюючи довіру до офіційних джерел інформації, стимулюючи паніку, конфлікти та соціальну нестабільність. Особливу небезпеку вона становить у політичній сфері, де використовується для підриву демократичних процесів, втручання у вибори, дискредитації політичних лідерів і створення штучних розколів у суспільстві.

Важливо зазначити, що з 2014 року Україна перебуває в епіцентрі гібридної війни, де інформаційний компонент займає одну з ключових позицій. Масове поширення дезінформації стало одним із головних викликів для українського суспільства та держави. Особливо критичним цей процес став із 24 лютого 2022 року, коли повномасштабна агресія Росії супроводжувалася масштабною пропагандистською кампанією. Ця кампанія включає не лише прямі інформаційні атаки на Україну, але й глобальні спроби впливу на міжнародну спільноту шляхом дезінформації про події в Україні, спотворення історичних фактів і створення фальшивих наративів.

У таких умовах необхідність критичного осмислення інформації, розвиток медіаграмотності та підвищення обізнаності громадян про методи маніпуляції стають важливими складовими захисту від дезінформації. Лише системна робота в цьому напрямку, яка поєднує зусилля держави, медіа, громадських організацій і освітніх установ, здатна забезпечити ефективну протидію цьому глобальному виклику.

Перше міжнародне визначення дезінформації як «неправдивих або потенційно неправдивих висловлювань» було запропоноване у 2017 році в Спільній декларації спеціальних доповідачів з питань свободи вираження поглядів. У дослідженні Ради Європи Клер Уордл і Хосейн Дарахшан виділили три типи фейкової інформації [15]:

- Дезінформація (disinformation) – свідомо створена неправдива інформація, що завдає шкоди;
- Неправдива інформація (misinformation) – помилкова інформація, поширена без наміру шкодити;
- Спотворена інформація (malinformation) – реальні дані, використані для завдання шкоди.

У Кодексі ЄС з протидії дезінформації цей термін охарактеризовано як підтверджено хибну чи оманливу інформацію, поширену з метою отримання вигоди або введення в оману, що загрожує демократичним процесам чи безпеці [9].

У 2021 році Ірен Хан, спеціальна доповідачка ООН із питань захисту свободи думки і слова, у звіті на тему «Дезінформація та свобода думки і вираження», запропонувала наступне розмежування: дезінформація – це поширення свідомо неправдивих даних, спрямованих на завдання серйозної соціальної шкоди; misinformation – ненавмисна передача хибної інформації через необізнаність або помилки [13].

Згідно з підходом Клер Уордл, при визначенні дезінформації доцільно враховувати три ключові аспекти: зміст створюваного й передаваного контенту; мотиви, мету та рівень усвідомлення осіб, які його створюють або поширюють; а також способи й канали розповсюдження інформації.

Дезінформація має кілька характерних ознак: вона впливає на певну аудиторію через публікацію, є цілеспрямованою з організатором і наміром, має негативні наслідки, базується на неправді, яку можна перевірити, подається як правдива, відповідає певним переконанням та системам поглядів, і стосується важливих суспільних подій або інформації з високою символічною цінністю [2].

Дезінформація, її поняття, природа та сутність давно є об'єктом дослідження в різних наукових галузях, таких як психологія, політологія, національна безпека, міжнародні відносини та журналістика. Незважаючи на популярність досліджень дезінформації в різних науках, єдиної думки щодо її визначення як серед науковців, так і серед законодавців, як вітчизняних, так і іноземних, наразі немає [5].

З усвідомленням загроз, пов'язаних із дезінформацією, держави почали шукати способи боротьби з цим явищем. Найчастіше першим кроком стає заборона або блокування певного контенту [8]. Проте такі заходи викликають суперечки, адже законодавчі положення часто мають надто загальні або надмірно вузькі формулювання, передбачають жорсткі санкції та не забезпечують належного розгляду цих питань незалежними органами чи судами.

Ідея криміналізації поширення дезінформації та блокування ресурсів, які це роблять, має глобальний характер, і приклади такого законодавства можна

знайти на різних континентах [8]. У багатьох випадках поштовхом до цього стали пандемія Covid-19 та інформаційні війни.

Наприклад, Вірменія, тимчасово відступивши від зобов'язань за Європейською конвенцією з прав людини, запровадила правило, за яким будь-яка інформація про Covid-19 (зокрема, кількість хворих, їхній стан здоров'я, проведені тести) могла публікуватися лише з посиланням на офіційні джерела. Будь-які інші дані підлягали негайному видаленню, а їх розповсюджувачі несли відповідальність [1].

Або ж розглянемо приклад Німеччини, де законодавство не спрямоване безпосередньо на боротьбу з дезінформацією чи її криміналізацію. Найближчим аналогом є регулювання контенту, що стосується дифамації та образ. Водночас на соціальні мережі покладено обов'язок двічі на рік звітувати про скарги на протиправний контент, що розповсюджується на їхніх платформах. Соцмережі також зобов'язані впровадити прозору та ефективну систему розгляду скарг і видаляти контент: протягом 24 годин – якщо його протиправність є очевидною, або протягом 7 днів – у випадку «звичайного» протиправного контенту. За недотримання цих вимог передбачено штрафи, які можуть досягати 5 мільйонів євро [8].

У 2020 році в Україні запропонували законопроєкт «Про інформацію» [12], який мав посилити відповідальність за поширення дезінформації. Зокрема, пропонувалося запровадити адміністративну відповідальність за повторне поширення дезінформації, якщо воно не спростоване добровільно, та кримінальну відповідальність за умисне і систематичне масове поширення неправдивої інформації, що загрожує національній безпеці, суверенітету, територіальній цілісності, обороноздатності та іншим критично важливим аспектам [2].

Дослідник Г. Почепцов зазначає, що інформаційні маніпуляції ґрунтуються на стратегії швидкого поширення новин, коли одне повідомлення починає домінувати і заміщує всі інші, викликаючи цікавість у всього суспільства [10].

Для ефективної протидії дезінформації та фейкам науковці виділяють фактчекінг та медіаосвіту. Одним із українських експертів у галузі перевірки фактів є О. Гороховський, автор посібника «Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи» [1]. Він описує основну концепцію фактчекінгу та аналізує досвід європейських країн у цій сфері. Автор також виділяє ознаки неправдивої інформації, досліджує ресурси для уточнення термінів «фактчекінг» та «верифікація» і наводить критерії, що вказують на необхідність перевірки отриманих даних.

Викладачі факультету журналістики Запорізького національного також не стоять осторонь цієї вкрай важливої теми, тому долучаються у якості медіатренерів чи розробників наукових праць в цій сфері досліджень. Так, у 2022 році викладачки факультету журналістики (Ю. Любченко, Н. Тяпкіна, О. Усманова, Л. Чернявська) стали співавторками збірника практичних завдань з інфомедійної грамотності для студентів-журналістів. Збірник «Конструктор вправ» містить практичні завдання з інфомедійної грамотності, де кожна вправа присвячена одній з тем медіаграмотності, супроводжується аудіоподкастом словника до «Конструктора» і рекомендаціями щодо предметів журналістської підготовки. Також Юлія Любченко є медіатренеркою багатьох проєктів та організацій з теми медіаграмотності та тих, що спрямовані на покращення якості української журналістської освіти («Медіаграмотність у регіонах України», ЛТА).

Служба безпеки України активно протидіє пропагандистським впливам російської федерації. З початку повномасштабного вторгнення СБУ звернулася до адміністрації Telegram з вимогами заблокувати канали, що поширюють фейкові новини про Україну [8]. Вони передали на блокування майже дві тисячі каналів Telegram та понад 1500 акаунтів у Facebook, Instagram та TikTok.

Дослідниця І. Костюк зазначає, що сьогодні російсько-українська інформаційна війна ведеться відкрито. Вона також вказує, що в Україні ситуація з доступом громадян до інформації краща, тоді як в Росії не існує широко відомих опозиційних каналів інформації [5].

В. Карпенко підкреслює, що Росія веде інформаційне загарблення України. Він зазначає, що українське та російське телебачення часто висвітлюють одну й ту ж новину по-різному, а також що ворог використовує український інформаційний простір у своїх інтересах [4].

Отже, дезінформація – навмисне поширення неправдивої або спотвореної інформації з метою маніпулювання громадською думкою. Вона активно досліджується в різних наукових сферах, таких як політологія, психологія та безпека. З розвитком цифрових технологій обсяг і вплив дезінформації значно зросли, що вимагає правового регулювання. Для боротьби з фейками важливу роль відіграють фактчекінг та медіаосвіта. В Україні активно протидіють пропагандистським впливам Росії, зокрема через блокування фейкових каналів.

1.2. Механізми поширення дезінформації в сучасних медіа

У сучасному медіапросторі дезінформація стає одним із найбільш значущих і водночас небезпечних явищ, яке має комплексний вплив на формування суспільної свідомості, ставлення до подій та процесів, а також на соціальну стабільність загалом. З розвитком цифрових технологій, зокрема поширенням соціальних мереж та платформ обміну інформацією, дезінформація трансформувалася у глобальну проблему, масштаби якої вражають своїм розмахом. Завдяки технічним можливостям сучасного інтернет-простору, фейкові новини, маніпулятивні повідомлення, відео з елементами діпфейків і тенденційні коментарі можуть миттєво охоплювати багатомільйонну аудиторію, що значно ускладнює їх виявлення та нейтралізацію.

Дезінформація поширюється через широкий спектр каналів комунікації, включаючи традиційні ЗМІ (телебачення, радіо, друковані видання) та новітні медіа (соціальні мережі, месенджери, блоги, відеохостинги). Телебачення та радіо, попри розвиток цифрових платформ, залишаються важливими інструментами для маніпуляції суспільною думкою, особливо серед аудиторії, яка довіряє цим медіа як перевіреним джерелам інформації. Водночас інтернет став ідеальним середовищем для поширення дезінформації через відсутність

чітких меж контролю за контентом та можливість анонімного поширення неправдивої інформації.

Як зазначає Богдан Миколайчук у дослідженні Центру демократії та верховенства права, окрему роль у поширенні дезінформації відіграють друковані матеріали – брошури, рекламні буклети, газети та журнали. Попри поступ цифровим платформам, друковані ЗМІ залишаються вагомим джерелом впливу, зокрема в регіонах із низьким рівнем інтернет-доступу або серед старших людей, які традиційно довіряють паперовим носіям [7]. Олег Петровець в «Українській правді» також підкреслює небезпеку друкованої дезінформації у сферах охорони здоров'я, де вона часто маскується під турботу та містить маніпулятивні рекомендації, що лише посилює рівень тривожності у суспільстві. У виборчий період така дезінформація набуває особливої сили – її розповсюджують у вигляді агітаційних листівок, плакатів і буклетів, орієнтованих на емоції, страхи або патріотичні гасла. Доступність та дешевизна таких матеріалів дозволяє охопити широкі верстви населення, зокрема людей без цифрових навичок або інтернету.

Рекламні матеріали, поширювані безкоштовно або за символічну ціну, створюють ілюзію надійності, адже багато людей схильні сприймати друковане слово як апріорі правдиве. Виборчі кампанії нерідко супроводжуються масовим розповсюдженням таких матеріалів із метою дискредитації опонентів, популяризації певних політичних сил чи створення позитивного образу кандидата. Такі буклети часто включають маніпулятивні дані, які важко перевірити, або тенденційні інтерпретації фактів, що вводять громадськість в оману.

Окрім друкованих ЗМІ, дезінформація активно розповсюджується через соціальні мережі. Саме вони стали найпотужнішим середовищем для її поширення завдяки вірусному характеру контенту, алгоритмам, що сприяють розкрутці популярних, але часто неправдивих матеріалів, та активному залученню користувачів до обговорення, поширення та коментування

інформації. Фейки швидко адаптуються до цільової аудиторії, використовуючи її страхи, емоції, упередження чи незнання для посилення впливу.

Як зазначає Б. Миколайчук у дослідженні для Центру демократії та верховенства права, радіо залишається джерелом інформації для 13% українських слухачів, особливо для автомобілістів, попри загальне зниження його популярності. У 2019 році, згідно з даними Eurobarometer, радіо було визнане найбільш надійним медіа в Європі. У країнах Африки воно досі відіграє ключову роль у поширенні новин – часто єдино можливу в умовах відсутності телебачення чи Інтернету. При цьому історичний приклад Руанди показує, наскільки потужним і небезпечним може бути цей канал: саме через ефіри Radio Télévision Libre des Mille Collines поширювалася дезінформація, що сприяла розпалюванню ворожнечі між хуту та тутсі та стала одним з чинників геноциду [7].

Згідно з результатами дослідження «Ставлення українців до медіа та довіра у 2023 році», проведеного компанією InMind на замовлення міжнародної організації Internews за підтримки USAID, спостерігається суттєва зміна в медіаспоживанні українців. Соціальні мережі, зокрема Telegram, стали основним джерелом новин – 76% дорослого населення отримують інформацію саме через них. Частка користувачів Telegram зросла з 20% у 2021 році до 72% у 2023-му. Водночас частка тих, хто споживає новини через телебачення, зменшилась до 30% – ще у 2015 році цей показник сягав 85%. Попри це, телевізійний телемарафон «Єдині новини» залишається впізнаваним – 80% опитаних знають про нього, а 55% переглядають його хоча б раз на місяць. Такий зсув у медіаспоживанні свідчить про зміщення довіри та уваги аудиторії до нових цифрових платформ, що, своєю чергою, створює як нові можливості, так і загрози для поширення дезінформації.

Європейська конвенція про транскордонне телебачення вимагає від телемовників об’єктивно висвітлювати факти та події, що має бути правовим запобіжником від дезінформації. Відповідно до рішення ЄСПЛ у справі Manole and others v. Moldova, телебачення та радіо мають більший вплив, ніж преса, і

відіграють важливу роль у забезпеченні плюралізму і свободи вираження думок [3]. Це також стосується права громадян на достовірну інформацію.

В Україні ризик поширення дезінформації посилюється через зосередження впливових медіа в руках великого бізнесу. Така концентрація власності створює передумови для використання медіа як інструменту впливу на громадську думку з політичних або економічних міркувань. У ситуації, коли інформаційна політика засобів масової інформації може визначатися корпоративними інтересами, зростає ймовірність маніпуляцій, цензури або поширення викривленої інформації, що шкодить як суспільному діалогу, так і демократичному розвитку держави.

Згідно з соціологічним опитуванням, проведеним Київським міжнародним інститутом соціології у травні 2022 року на замовлення Громадянської мережі ОПОРА, 76,6% українців отримували новини через соціальні мережі, зокрема через Telegram (65,7%), YouTube (61,2%) та Facebook (57,8%). На другому місці за популярністю опинилося телебачення – його вказали 66,7% респондентів, а 61,2% користуються іншими інтернет-ресурсами, не включаючи соцмережі. При цьому найвищий рівень довіри викликає саме телебачення – 60,5%, тоді як соціальним мережам довіряє 54% опитаних, а новинним сайтам – майже 49%. У соціальних мережах поширення дезінформації просте, оскільки там відсутній редакційний контроль, а будь-який користувач може публікувати та швидко поширювати контент безкоштовно. Інтернет також сприяє вірусному поширенню інформації – від користувачів до користувачів, від сайту до сайту.

Facebook, як і низка інших платформ, вживає заходів проти дезінформації, впроваджуючи вдосконалені механізми виявлення неправдивого контенту, сповіщення користувачів та інформування щодо перевірених джерел. Політики, спрямовані на обмеження маніпулятивної реклами, також реалізовані на платформах Twitter та Google. Проблему дезінформації визнано і на міждержавному рівні: у Кодексі практики ЄС з протидії дезінформації підписанти зобов’язуються боротися з поширенням фейків, бета-активністю та оманливою рекламою в цифровому середовищі [11]. Крім того, у 2024 році

Європейський парламент ухвалив резолюцію, що прямо засуджує кампанії дезінформації та історичні фальсифікації, які здійснює Російська Федерація, підкреслюючи необхідність посиленої протидії на рівні ЄС та держав-членів.

Дезінформація може поширюватися у різних формах: текстовій, відео- та аудіоконтенті, а також за допомогою таких методів, як координована неавтентична поведінка, таргетинг, діпфейки тощо.

Текстова дезінформація є найпростішою у створенні, оскільки будь-хто може написати та поширити маніпулятивне повідомлення без спеціальних навичок. Більшість публікацій у Facebook, Telegram, на новинних сайтах та в друкованих матеріалах є текстовими [6].

Відеоконтент став набагато доступнішим, оскільки для його створення достатньо смартфона та доступу до інтернету. Хоча з конкуренцією на ринку відео блогери інвестують більше у свій контент, навіть прості відеоблоги можуть стати небезпечними через поширення дезінформації. Діпфейки, як сучасний метод дезінформації, часто представлені у вигляді відео [7].

Одним із поширених методів дезінформації є координована неавтентична поведінка. За інформацією звіту Facebook за 2021 рік, цей метод використовується для маніпуляцій з важливих громадських тем [7]. Він полягає у створенні численних фейкових акаунтів, часто під виглядом медіа чи інших публічних сторінок, які залучають багато користувачів і в один і той самий час поширюють однакові тези, посилаючись один на одного або на однакове джерело. Зазвичай це сенсаційні новини або коментарі з провокаційними заголовками. Метою є створення інформаційної завіси, в якій користувачі читають лише те, що хочуть донести автори дезінформації, а інші джерела залишаються поза увагою.

Таргетовані повідомлення залишаються популярним способом поширення дезінформації, оскільки базуються на зборі даних про поведінку користувачів в Інтернеті [2]. Спеціальні алгоритми аналізують інформацію про те, які сторінки користувачі відвідують, що вподобають, коментують, які товари переглядають чи купують, а також їхній вік, освіту чи місце проживання. Це дозволяє з

високою точністю націлювати повідомлення на конкретні аудиторії. Одним з механізмів збору такої інформації є використання файлів cookie – невеликих фрагментів даних, які зберігаються на пристрої користувача. Питання обробки подібних даних активно обговорюється в правовій площині, зокрема в контексті захисту персональної інформації. Так, у 2019 році Суд Європейського Союзу постановив, що користувач має дати чітку та усвідомлену згоду на збереження файлів cookie, а також бути проінформованим про доступ до них третіх сторін і термін зберігання [7]. Подібні заходи спрямовані на зменшення ризику маніпуляцій у цифровому середовищі.

Діпфейки – одна з найсучасніших форм дезінформації, що використовує штучний інтелект для створення підроблених аудіо- та відеозаписів, які здаються реальними [14]. Їх застосовують для дискредитації відомих осіб, шантажу або приписування людям чужих слів. У 2020 році Facebook оголосив про блокування політичних діпфейків, класифікуючи їх як дезінформацію.

Наразі законодавства щодо діпфейків недостатньо. У США пропонують криміналізувати їх у випадках порнографії або шахрайства, а в Нью-Йорку заборонено використання обличчя без згоди в комерційних цілях [7]. Діпфейки наклепницького характеру можна розглядати як дифамацію, але без чіткої правової оцінки явища.

Поширення дезінформації у цифровому середовищі значною мірою відбувається завдяки особливостям соціальних мереж – зокрема, їхній високій швидкості поширення контенту, широкій доступності та відсутності редакційного контролю. Це створює сприятливе середовище для маніпуляцій, які можуть набирати форми тексту, відео чи аудіо. До найпоширеніших механізмів поширення дезінформації дослідники відносять координовану неавтентичну поведінку, таргетовану рекламу та діпфейки – останні особливо небезпечні через правдоподібність і потенціал до підриву репутації публічних осіб або впливу на громадську думку [7; 14]. Як підкреслює Центр демократії та верховенства права, саме ці технологічні та комунікаційні особливості медіасередовища потребують системної уваги, регуляторного втручання та

розвитку критичного мислення у споживачів інформації як складових ефективної протидії дезінформації [7].

Отже, механізми поширення дезінформації в сучасних медіа є надзвичайно різноманітними та динамічними, що ускладнює їх виявлення та подолання. Вони охоплюють як традиційні канали (друковану пресу, телебачення, радіо), так і цифрові платформи, що особливо активно впливають на аудиторію завдяки алгоритмічним рекомендаціям, анонімності та вірусності контенту. З розвитком технологій дезінформація не лише адаптується до нових форм подачі, але й отримує дедалі більший потенціал впливу — від маніпулювання суспільною думкою до підриву демократичних інститутів. Саме тому вкрай важливим стає розвиток критичного мислення в суспільстві, підвищення медіаграмотності, а також удосконалення законодавчих і технічних механізмів стримування поширення фейків. Лише комплексний підхід може забезпечити ефективну протидію цьому виклику інформаційної доби.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

У рамках творчого проєкту, підготовленого для захисту кваліфікаційної роботи бакалавра, ми створили серію подкастів, спрямованих на підвищення медіаграмотності та ознайомлення аудиторії з методами протидії дезінформації.

Основна мета проєкту – допомогти слухачам зрозуміти проблему дезінформації, навчитися розпізнавати фейки та підтримувати ментальне здоров'я в сучасному інформаційному просторі.

Проєкт включає три подкасти тривалістю 15 хвилин кожен. У кожному епізоді ми висвітлюємо різні аспекти боротьби з дезінформацією:

У першому епізоді ми розповіли історії людей, які зіткнулися з дезінформацією, і проаналізували, як це вплинуло на їхнє життя. Ми прагнули показати реальні наслідки поширення фейків та важливість критичного мислення.

У другому епізоді ми зосередилися на методах збереження ментального здоров’я в умовах інформаційного перенасичення. Ми залучили експертів, які надали практичні поради для слухачів, що допомагають захищати себе від негативного впливу дезінформації.

Третій епізод був присвячений основам медіаграмотності та простим методам перевірки інформації. Ми розглянули ключові принципи критичного мислення, доступні інструменти фактчекінгу та навели приклади, які допоможуть слухачам відрізняти правдиву інформацію від фейків у повсякденному житті.

Формат подкастів ми обрали з огляду на його доступність, популярність та здатність залучати широку аудиторію. Подкасти дозволяють створити атмосферу довіри та спілкування, що сприяє кращому сприйняттю матеріалу. Також цей формат забезпечує гнучкість у подачі контенту, поєднуючи різні стилі – від інтерв’ю до аналітичних розповідей.

Ми визначили кілька ключових завдань проєкту:

1. Дослідити та представити реальні історії людей, які стали жертвами дезінформації.
2. Підготувати матеріали на основі рекомендацій психологів щодо захисту ментального здоров’я.
3. Розробити прості й ефективні методики перевірки інформації для повсякденного використання.
4. Забезпечити подкасти якісною технічною і змістовною складовою.

Результатом нашої роботи став інформаційно насичений і практично корисний аудіоконтент, який сприяє розвитку критичного мислення та медіаграмотності серед слухачів.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Подкасти орієнтовані на широку аудиторію віком від 18 до 45 років – це активні користувачі цифрових медіа, які цікавляться суспільно важливими темами, зокрема дезінформацією, критичним мисленням та медіаграмотністю. Під час розробки матеріалів я зосереджувалася на потребах таких груп:

1. Молодь і студенти, які прагнуть навчитися розпізнавати фейки та краще орієнтуватися в інформаційному просторі.
2. Професіонали різних сфер, які стикаються з великим обсягом інформації у щоденному житті.
3. Освітяни, журналісти, активісти, що шукають інструменти для підвищення рівня медіаграмотності у своїй діяльності.
4. Українці в Україні та за кордоном, які хочуть бути в курсі подій і дбати про інформаційну гігієну.

Подкасти опубліковано на платформі SoundCloud, що забезпечує зручний доступ до аудіоматеріалів з різних пристроїв. Формат дозволяє слухачам обирати комфортний спосіб споживання контенту, залишаючи фокус на доступності та якості поданої інформації.

Особливості просування продукту передбачають використання соціальних мереж – зокрема Facebook, Instagram, для поширення коротких уривків, візуалізованих цитат і тематичних інфографік. Такий підхід допомагає залучати нових слухачів, підвищувати обізнаність щодо тем подкастів і підтримувати зацікавленість цільової аудиторії.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Наш проєкт, який складається з трьох подкастів, має чітко структуровані формально-змістові характеристики, що забезпечують доступність, інформативність і відповідність тематиці боротьби з дезінформацією. У центрі уваги кожного епізоду – унікальні життєві історії, практичні поради та інструменти для підвищення медіаграмотності.

Усі три епізоди мають єдину тематичну спрямованість і спрямовані на досягнення головної мети проєкту: підвищення обізнаності аудиторії про ризики дезінформації та розвиток критичного мислення. Кожен епізод має вступ, основну частину та завершення.

Вступ включає короткий огляд теми, пояснення її актуальності та представлення гостей.

Основна частина подкасту побудована як діалог чи монолог з додаванням історій, аналітичних даних або експертних порад.

Завершення містить висновки, заклики до дії та анонси наступних епізодів.

Подкасти виконані у жанрі інформаційно-публіцистичних передач.

Основний акцент зроблено на використанні портретних інтерв’ю з героями, які зіткнулися з наслідками дезінформації у своєму житті, а також аналітичних оглядів і практичних рекомендацій. Зокрема, у подкастах представлено історії медичних працівників, освітян та підприємців, які розповідають про власний досвід протидії фейкам, вплив дезінформації на професійну діяльність і шляхи подолання інформаційних викривлень.

У першому епізоді ми зосередилися на людських історіях, демонструючи наслідки дезінформації через досвід постраждалих осіб.

Другий епізод включав інтерв'ю з психологом, практичні поради та рекомендації щодо збереження ментального здоров'я в умовах інформаційного перенасичення.

Третій епізод розкривав основи медіаграмотності, пояснюючи доступні методи перевірки інформації, що допоможуть слухачам ефективно протистояти дезінформації.

Використано доступну, зрозумілу мову без надмірної термінології, що робить матеріал зрозумілим для широкого кола слухачів.

Тон спілкування – доброзичливий і довірливий, що сприяє формуванню тіснішого зв'язку зі слухачами.

Кожен епізод триває від 15 до 20 хвилин, що відповідає оптимальному часу для утримання уваги аудиторії.

Подкасти записані у високій якості звуку, що забезпечує комфортне прослуховування.

Підготовка матеріалів включала дослідження, аналіз відкритих джерел, спілкування з експертами та використання соціальних мереж для збору додаткових даних.

Таким чином, формально-змістові характеристики нашого проєкту враховують усі аспекти, необхідні для створення якісного, корисного та цікавого аудіоконтенту, що сприяє досягненню поставлених цілей.

2.4. Особливості оформлення проєкту

У процесі роботи над подкастом ми приділили особливу увагу якості оформлення, щоб зробити матеріал максимально цікавим, зрозумілим та привабливим для нашої аудиторії.

Ми подбали про те, щоб голос звучав чітко, а темп мовлення був помірним, що забезпечувало комфортне сприйняття інформації. Ми також враховували інтонацію, щоб правильно передавати емоційні акценти й створювати відповідну атмосферу в кожному епізоді.

Підготовка до кожного епізоду передбачала складання та узгодження запитань з учасниками – медичною працівницею, освітянкою та підприємцем, які поділилися особистими історіями впливу дезінформації. Запитання було розподілено за тематичними блоками, що дозволило вибудувати логічну структуру розповіді. Під час запису учасники мали простір для вільного викладу думок, а побудований сценарій сприяв глибокому, емоційно насиченому діалогу.

Ми ретельно редагували всі записи, видаляючи технічні недоліки, зайві паузи та повтори. Наша мета полягала в тому, щоб зберегти природність розмов і водночас забезпечити логічність та структурованість матеріалу.

Кожен подкаст ми будували за чітким сценарієм, який включав:

1. Привітання слухачів та короткий вступ до теми;
2. Основну частину з історіями героїв і корисними порадами;
3. Висновки або рекомендації наприкінці епізоду.

Загалом, ми зосередилися на створенні естетично оформленого та доступного продукту, який залучає слухачів, передає важливу інформацію і водночас залишається автентичним.

2.5. Технічні і програмні засоби

Для реалізації нашого проєкту ми використовували різноманітні технічні та програмні інструменти, які забезпечували якісний запис, монтаж і публікацію подкастів. Основним пристроєм для запису слугував портативний диктофон Zoom H1n, який забезпечував чіткий звук і дозволяв фіксувати навіть найменші нюанси голосу. Ми також використовували направлений мікрофон, щоб мінімізувати сторонні шуми під час запису інтерв’ю.

Усі записи оброблялися в програмі Adobe Audition, яка надає широкий спектр можливостей для редагування звуку. Ми застосовували цю програму для очищення записів від шумів, налаштування гучності, видалення зайвих пауз і зведення треків. Завдяки функціям Adobe Audition ми могли додавати звукові ефекти, джингли та фонову музику, що допомагало створити атмосферу відповідно до тематики епізодів.

Публікація подкастів здійснювалася через платформу SoundCloud (URL: https://soundcloud.com/anastasiia-voronkova), що забезпечує доступність матеріалів для широкої аудиторії.

Попри технічні виклики, такі як необхідність додаткового редагування через запис у різних акустичних умовах, ми змогли забезпечити належну якість аудіоматеріалів. Використання сучасних інструментів і програмних засобів сприяло створенню професійного продукту, який відповідає очікуванням аудиторії та забезпечує зручний доступ до матеріалів.

2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо)

Протягом навчання на факультеті журналістики я здобула цінний практичний досвід, що став основою мого професійного становлення. Мій творчий доробок охоплює публікації для інтернет-видань і перші спроби роботи в аудіоформаті — участь у радіопрограмі та створення подкастів, що стали центральним елементом мого творчого проєкту.

Початкові тексти були присвячені соціальним, екологічним та освітнім темам. У публікаціях 2022–2023 років я вчилася доступно викладати складні питання, працювати з аналітичними матеріалами та орієнтуватися на потреби читача. Значну увагу у своїх роботах приділяла соціальній тематиці, зокрема питанням домашнього насильства, прав людини та судової системи. Це дало поштовх до глибшого осмислення суспільно важливих проблем і вдосконалення аналітичного підходу.

Важливим напрямом у моїй творчості стали теми війни та її соціальних наслідків. Такі матеріали, як «Війна очима дітей», допомогли мені усвідомити важливість емпатії та відповідальності в журналістській роботі.

Окрема увага була приділена питанням медіаграмотності та критичного мислення, що знайшло відображення у публікаціях про інформаційну безпеку та гендерну рівність. Робота над радіоматеріалами й подкастами дозволила розвинути навички роботи зі звуком, інтонацією, структурою аудіоконтенту.

Таким чином, мій творчий шлях демонструє поступовий розвиток від текстової журналістики до мультимедійного формату з акцентом на аналітику, соціальну тематику та аудіоконтент. Серія подкастів стала логічним продовженням цієї еволюції, поєднавши здобуті навички задля формування критичного мислення, підвищення медіаграмотності та підтримки психологічної стійкості слухачів.

Усього за час навчання мною було створено 13 журналістських матеріалів. Посилання на портфоліо: https://studpraktyka.blogspot.com/2023/06/blog-post.html#more

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі було комплексно досліджено феномен дезінформації, її сутність, основні види та механізми поширення в сучасному медійному середовищі, а також реалізовано авторський творчий проєкт – цикл подкастів, спрямованих на протидію фейкам і підвищення рівня медіаграмотності.

У першому розділі проаналізовано наукові підходи до визначення дезінформації, зокрема як інструменту впливу, що ґрунтується на викривленні фактів, емоційній маніпуляції та таргетованому поширенні інформації. Визначено основні форми дезінформації – фейки, пропаганда, діпфейки, спотворення фактів – та окреслено механізми її поширення через соціальні мережі, інтернет-платформи та традиційні ЗМІ. Окрема увага приділена українському та європейському досвіду боротьби з дезінформацією, зокрема через інструменти фактчекінгу, просвіту населення та створення прозорого інформаційного середовища.

Другий розділ – супровідна записка до творчого проєкту – демонструє, як на практиці реалізується медіапродукт, покликаний інформувати аудиторію та водночас захищати її від маніпуляцій. Поставлене завдання – розробити концепцію подкаст-проєкту – було реалізоване через серію аудіоепізодів, у яких поєднано портретні історії героїв, аналітичні коментарі та практичні поради. В процесі реалізації проєкту було враховано потреби цільової аудиторії –молоді, професіоналів, освітян та активістів, які прагнуть краще орієнтуватися в інформаційному просторі.

Створений подкастовий цикл відповідає жанровим, тематичним і технічним вимогам до сучасного аудіоконтенту: у кожному епізоді дотримано принципів журналістської етики, логічної структури, чіткого сценарного планування та емоційної виразності. Проєкт продемонстрував ефективність подкасту як інструменту для підвищення медіаграмотності й розвитку критичного мислення.

Узагальнюючи результати, можна стверджувати, що всі завдання, окреслені у вступі, реалізовані в повному обсязі. Проведено глибокий аналіз природи дезінформації, виявлено її основні форми та механізми поширення в сучасному медіасередовищі. Досліджено особливості українського й європейського підходів до подолання цього явища. Створений творчий проєкт у форматі подкастів засвідчив можливість практичного втілення теоретичних принципів протидії дезінформації через сучасні медійні формати. Результати роботи підтверджують необхідність розвитку критичного мислення, медіаграмотності та відповідального ставлення до інформації як серед журналістів, так і серед аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи. Дніпро : ЛІРА. 2017. 111 с.

2. Гривнак Б., Лопушинський І., Сапіжак І. Дезінформація як загроза національній безпеці України в умовах неоголошеної російсько-української війни. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти.* Серія «Екологія. Публічне управління та адміністрування», Вип. 1, 2024. С 53-63. URL : file:///C:/Users/User/Downloads/9.pdf (дата звернення: 12.03.2025).

3. Дубова Д. В. Фейки, пропаганда, дезінформація та виборчий процес: як нам захистити демократичні практики? Київ: ТОВ «Видавництво Сталь», 2019. 254 с.

4. Карлова В. Проблема формування загальнонаціональної ідеології в Україні. *Вісник національної академії державного управління при Президентові України.* 2010. № 42. С. 17-24.

5. Карпенко В. Інформаційний простір як чинник національної безпеки України. Українознавство : *Науковий громадсько-політичний культурно-мистецький релігійно-філософський педагогічний журнал*. 2005. N3. С. 182-192.

6. Костюк І.А. Інформаційні війни в контексті революційних подій в Україні. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій*: матеріали студентської наукової конференції. Київ, 2014. С. 57-60.

7. Крикун В., Бауліна Т. Дезінформація як засіб гібридної війни : сутність і наслідки. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка.* Філософія. 2022, Вип. 2. С. 30–33.

8. Миколайчук Б. Епідемія дезінформації: Чому фейки стали частиною нашого життя і як «вакцинуватися». Центр демократії та верховенства права. 2021. URL : https://cedem.org.ua/analytics/epidemiya-dezinformatsiyi/ (дата звернення: 12.03.2025).

9. Павленко Т. А. Дезінформація: поняття, ознаки, перспективи протидії. *Юридичний науковий електронний журнал*. №7. 2022. С 337-339. URL : http://www.lsej.org.ua/7_2022/80.pdf (дата звернення: 25.03.2025).

10. Посібник з протидії дезінформації. Рада національної безпеки і оборони України, Центр протидії дезінформації. К. URL : https://cpd.gov.ua/announcement/posibnyk-z-protydiyi-dezinformacziyi/ (дата звернення: 15.01.2025).

11. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Києво-Могилянська акад., 2015. 498 с.

12. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011р. Поточна редакція 08.10.2023. База даних «Законодавство України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17 (дата звернення: 22.01.2025).

13. Про інформацію: Закон України від 2 жовт. 1992 р. Поточна редакція 27.07.2023. База даних «Законодавство України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12 (дата звернення: 18.01.2025).

14. Самчинська О. Дезінформація: поняття та сутність. Особливе адміністративне право. *Адміністративне право і процес*. № 3 (38). 2022. С 32-45. URL :file:///C:/Users/User/Downloads/762-Article%20Text-1321-1-10-20220815.pdf

15. Шевченко В. Е. Фактчекінг і верифікація в журналістській роботі. *Образ: науковий журнал.* Вип. 1. 2018. С. 140-153.

16. Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media / за ред. S. C. Woolley, P. N. Howard. Oxford : Oxford University Press, 2018. 272 с.

17. Tandoc Jr. E. C., Lim Z. W., Ling R. Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions // Digital Journalism. 2018. Т. 6, № 2. С. 137–153.

18. McGonagle T. Fake news: False fears or real concerns? *Netherlands Quarterly of Human Rights.* 2017. Т. 35, № 4. С. 203–209.

ДОДАТОК А
СЦЕНАРІЇ ДО ПОДКАСТІВ

Сценарій «Подкаст на тему “Наслідки дезінформації через людські історії”»

Привітання слухачів та короткий вступ до теми

Анастасія: Вітаю вас, наші дорогі слухачі! Сьогодні з вами Анастасія та Марія і ви слухаєте подкаст «Наслідки дезінформації через людські історії». Ми говоримо про те, як розпізнавати фейки, зберігати критичне мислення та захищати себе від впливу дезінформації.

Марія: Сьогодні ми зосередимося на реальних історіях людей, які постраждали через фейки. Вони поділяться своїм досвідом, а ми обговоримо, як уникати подібних ситуацій.

Анастасія: Цей подкаст не лише про проблеми, але й про рішення. Тож залишайтеся з нами до кінця – на вас чекають корисні поради.

Основна частина.

Історія 1. Ольга, медична працівниця

Анастасія: Першу історію ми почули від Ольги, досвідченої медсестри, яка працює в маленькій лікарні у місті Обухів. Це історія про те, як фейкова інформація не лише зруйнувала її репутацію, але й поставила під загрозу здоров’я багатьох людей. Послухаймо її розповідь. Ольго, вітаю! Раді бачити вас у нашій студії.

Ольга: Добрий день!

Я працюю у медичній сфері вже понад 15 років. Усі ці роки ми проводили планову вакцинацію дітей, і ніколи не було жодних серйозних проблем. Але якось у нашому місті почали активно поширювати чутки про те, що одна з вакцин небезпечна.

Це була звичайна вакцина проти кору, паротиту та краснухи, рекомендована МОЗ. Хтось написав у місцевій групі у Facebook, що після щеплення нібито померла дитина. Пізніше з’ясувалося, що ця інформація не мала жодного підтвердження, але пост швидко став вірусним. Батьки почали приходити до лікарні з агресивними запитаннями: «Чому ви нас змушуєте робити ці щеплення?», «Ви отруюєте наших дітей!». Це було дуже важко. Деякі навіть писали скарги на нас у місцеву адміністрацію.

Я пам’ятаю, як одна мама прийшла до мене зі сльозами на очах і сказала: «Якби я знала, я б ніколи не дозволила вам вакцинувати мою дитину». Хоча її дитина була абсолютно здорова, вона відмовилася робити наступні щеплення.

За кілька місяців у нашому місті стався спалах кору. Багато дітей захворіли, і двоє були госпіталізовані у важкому стані. Я не можу забути, як одна мама, чия дитина потрапила до реанімації, сказала: «Я повірила, що вакцина небезпечна, і тепер моя дитина страждає через це». Це було боляче чути.

Марія: Ця історія – яскравий приклад того, як дезінформація може впливати на життя цілих громад. Варто лише одному неправдивому посту стати вірусним, і наслідки можуть бути катастрофічними.

Анастасія: Так, і, як ми чули від Ольги, навіть професіонали, які працюють для нашого блага, можуть стати жертвами недовіри. Це демонструє, наскільки важливо перевіряти інформацію. Адже медичні фейки – одні з найбільш небезпечних.

Марія: Фейки про здоров'я часто мають емоційний характер. Вони грають на страхах людей – страху за своїх дітей, за власне життя. І саме через це такі фейки швидко поширюються.

Анастасія: Що ж робити, щоб захистити себе і своїх близьких від дезінформації в медичній сфері? Ось кілька простих порад:

По-перше, завжди перевіряйте джерела інформації. Якщо ви читаєте про вакцини чи ліки, звертайтеся до офіційних джерел, як-от сайт МОЗ України чи ВООЗ.

По-друге, уникайте інформації, яка має яскраво виражений емоційний тон. Якщо пост змушує вас панікувати, це вже ознака того, що він може бути фейковим.

По-третє, консультуйтеся зі своїм лікарем. Професіонали завжди можуть пояснити, які ризики насправді існують, а які – вигадані.

Марія: І головне – не діліться неперевіреною інформацією. У вашому оточенні можуть бути люди, які довіряють вам, і якщо ви поширите фейк, це може вплинути на їхнє життя.

Рубрика «Розпізнай фейк»

Анастасія: А тепер зробімо невеличку паузу і перевіримо, наскільки добре ви вмієте розпізнавати фейки. І це – Рубрика «Розпізнай фейк»

Марія: Ми зачитаємо вам два короткі повідомлення. Одне з них – справжнє, друге – фейк. Спробуйте самі вгадати, яке з них не відповідає дійсності.

Анастасія:

«Медики рекомендують уникати щеплень від грипу, бо це послаблює імунітет і викликає хронічні хвороби».

«Вакцинація проти грипу рекомендована МОЗ і ВООЗ як ефективний засіб профілактики сезонних інфекцій».

Марія: Маєте відповідь? Правильна – друга. Перше повідомлення – фейк, який регулярно поширюється в мережі. Воно грає на страхах, але не має жодного наукового підтвердження.

Анастасія: Запам’ятайте: фейки часто звучать гучно, лякають, викликають емоції. А правда зазвичай стримана, перевірена і базується на джерелах.

Марія: Також ми отримали кілька коротких історій від слухачів, які розповіли, як дезінформація увійшла в їхнє життя. Ось деякі з них.

Анастасія: «Моя бабуся побачила в Facebook, що "пенсії скасують, бо грошей не залишилося".

Вона два дні ходила в паніці, телефонувала в "гарячі лінії" й казала, що треба знімати всі гроші з картки. Лише після пояснень ми заспокоїли її, що це фейк.»

Марія: «Мій тато перестав пити таблетки від тиску, бо побачив “нове дослідження”, що всі препарати – змова фармацевтів. Йому стало гірше, тиск стрибав. Лише після втручання лікаря він погодився повернутися до лікування. Але було страшно…»

Анастасія: Ми продовжуємо слухати реальні голоси наших слухачів. Кожна історія – це нагадування, як фейки можуть проникати у звичайне життя й створювати справжні проблеми.

«На початку повномасштабного вторгнення в нас у чаті ОСББ з'явився фейк: нібито “буде відключення всього мобільного зв’язку на 72 години, треба їхати з міста”. Люди панікували, збирали речі, їхали. Потім виявилося, що це вкид із проросійських каналів.»

Марія: «Я побачила в TikTok відео про “реальний” метод визначити, чи продукт отруєний – треба капнути йод. Накрапала йоду на сир — змінив колір. Налякалась, викинула пів холодильника. Потім дізналась, що це хімічна реакція з крохмалем, а не доказ “отрути”

Анастасія: Як бачимо, дезінформація – це не абстрактна загроза. Вона живе поруч, у чатах, у стрічці новин, у розмовах на кухні. Але якщо ми знаємо, як її впізнати – ми вже на крок попереду.

Історія 2. Сергій, переселенець і власник малого бізнесу

Анастасія: Наступна історія – про Сергія, людину, яка пройшла через складні випробування, але змогла знайти в собі сили для нового старту. Війна змусила його покинути рідний дім, а дезінформація – поставила під загрозу бізнес, який він створив на новому місці.

Марія: Сергій переїхав із Луганської області у 2014 році, коли через початок бойових дій стало небезпечно залишатися вдома. З дружиною та маленькою дочкою вони почали життя з нуля в новому місті.

Сергію, добрий день!

Сергій: Вітаю!

Перший рік був найважчим. Ми переїхали з однією валізою, без роботи, без грошей. Спочатку ночували у волонтерському центрі, потім змогли орендувати невелику кімнату. Але я завжди вірив, що зможу піднятися на ноги.

Анастасія: Сергій вирішив розпочати власну справу. Він відкрив невелику крамницю з екологічними продуктами. Ідея була простою: співпрацювати з місцевими фермерами та постачати якісні овочі, фрукти й зелень. Люди швидко почали довіряти йому. Сергій регулярно проводив дегустації, розповідав про своїх постачальників і завжди забезпечував прозорість роботи.

Марія: Але одного дня все різко змінилося. У соціальних мережах з'явився допис, у якому йшлося, що його продукти нібито заражені пестицидами. У дописі навіть були підроблені фото, які «доводили», що на складах зберігаються отруйні речовини. Хвиля обурення зросла миттєво.

Сергій: Я був шокований. Не розумів, як таке могло статися. В один момент моя репутація, яку я будував роками, була зруйнована. Чутки ширилися швидко. Люди перестали купувати продукцію, а постійні клієнти вимагали пояснень. Я намагався самостійно боротися з дезінформацією: публікував сертифікати якості, записував відео зі складу, запрошував журналістів. Але довіра вже була підірвана.

Анастасія: Не опускаючи рук, Сергій звернувся до медіаекспертів. Вони допомогли йому побудувати інформаційну кампанію, яка показала прозорість його бізнесу. Сергій почав активно спілкуватися з клієнтами через соціальні мережі. Він публікував історії фермерів, із якими співпрацював, проводив прямі ефіри з демонстрацією продуктів і відповідав на всі запитання.

Сергій: Я зрозумів, що найкраща зброя проти брехні – це правда. Якщо люди бачать, що ти відкритий, їм важко повірити у фейки.

Марія: Завдяки своїй наполегливості Сергій не лише відновив довіру клієнтів, але й зробив свій бізнес ще більш популярним. Його крамниця стала місцем, куди приходять за якісними продуктами і дружньою атмосферою.

Сергій: Ця ситуація багато чого мене навчила. Я зрозумів, що прозорість – це найкраща стратегія. І тепер я завжди намагаюся бути ближчим до своїх клієнтів.

Марія: Історія Сергія – це приклад того, як навіть у найскладніших обставинах можна знайти сили боротися за свою справу. Вона нагадує нам про важливість відповідального ставлення до інформації та те, наскільки шкідливою може бути дезінформація.

А зараз – *експрес-тест*. Уявіть ситуацію і подумайте, як би ви вчинили.

Анастасія: Ваш друг надсилає вам скрін новини: *"Уряд планує зобов'язати всіх студентів платити по 1000 грн щомісяця за навчання, навіть на бюджеті"*. Новина виглядає офіційно, але посилання веде на невідомий сайт.

Марія: Що ви робите?

A) Одразу надсилаєте цю новину в усі студентські чати.

B) Пишете гнівний пост у соцмережах.

C) Перевіряєте цю новину на офіційному сайті МОН або у перевірених ЗМІ.

D) Видаляєте й забуваєте.

Анастасія: І так, правильна відповідь – С. Завжди перевіряйте інформацію, особливо якщо вона викликає сильні емоції.

Історія 3. Олена – вчителька, яка зіткнулася з дезінформацією в роботі з учнями

Анастасія: Отже, повернемось до історій. І наша третя історія – про Олену, вчительку, яка відчула вплив дезінформації на своїй професійній діяльності. Її досвід показує, як фейки можуть завдати шкоди не лише окремим людям, а й цілим громадам, зокрема освітнім.

Марія: Олена працює вчителькою історії вже понад десять років. Вона завжди вважала, що навчання – це не лише про знання, а й про виховання критичного мислення.

Олено, вітаю! Раді вас бачити сьогодні з нами.

Олена: Добрий день!

Для мене важливо, щоб мої учні не просто запам'ятовували дати й факти, а вміли аналізувати інформацію, перевіряти її достовірність. Але з початком війни та напливом фейкових новин у соціальних мережах ситуація стала складнішою. Я почала помічати, що деякі учні під час уроків ставлять дивні запитання або цитують інформацію, яка не відповідає реальним подіям. Виявилося, що вони отримують її з недостовірних джерел.

Перший тривожний сигнал з'явився, коли один із учнів на уроці заявив: "Я читав, що наша армія обстрілює власні міста, щоб звинуватити іншу сторону." Я була вражена. Я спробувала спокійно пояснити, що це неправда, і навела конкретні докази, але хлопець продовжував наполягати. Мені було складно не тільки переконати його, а й зрозуміти, як така ідея могла взагалі з'явитися у дитячій голові.

Як з'ясувалося, джерелом цієї дезінформації став один із телеграм-каналів, який активно поширював фейки. Батьки хлопця також підписалися на цей канал і ділилися "новинами" вдома. Тоді я зрозуміла, що боротися потрібно не лише з наслідками, а й із причинами. Треба навчити дітей і батьків розпізнавати фейки.

Проблема поглибилася, коли група старшокласників поширила серед учнів фейковий документ – нібито секретний наказ про закриття школи через "зраду вчителів". Це викликало справжню паніку. Учні та їхні батьки почали дзвонити до адміністрації, вимагаючи пояснень.

Ситуація була напруженою. Ми витратили кілька днів, щоб заспокоїти батьків і пояснити, що документ – підробка. Але це показало, наскільки легко фейкова інформація може спричинити хаос.

Анастасія: Після цього випадку Олена вирішила діяти. Вона розробила серію уроків, присвячених інформаційній грамотності. Її мета була навчити дітей перевіряти факти, розпізнавати маніпуляції й критично оцінювати джерела інформації.

Марія: Під час уроків вона використовувала реальні приклади фейків і показувала, як їх можна розпізнати. Олена також залучила батьків, провівши для них вебінар на тему "Як захистити себе та своїх дітей від дезінформації".

Олена: Я побачила, що діти швидко засвоюють ці навички. Вони почали задавати більше запитань, стали уважнішими до джерел. Батьки теж дякували за корисні поради.

Анастасія: Завдяки її зусиллям атмосфера в школі змінилася. Учні почали активно брати участь у дискусіях, приносити свої приклади сумнівної інформації та разом із Оленою аналізувати їх.

Олена: Мені вдалося перетворити проблему на можливість. Тепер ми всі більше обізнані про небезпеку дезінформації.

Марія: Історія Олени – це приклад того, як важливо розвивати критичне мислення у школах. Її досвід показує, що навіть одна людина може зробити великий внесок у боротьбу з дезінформацією, якщо діяти наполегливо та системно.

І на завершення – 5 запитань, які допоможуть вам уникнути пастки дезінформації. Запам'ятайте їх, запишіть у нотатник, збережіть у телефон – і повертайтеся до них щоразу, коли натрапите на новину, яка викликає сильні емоції.

Анастасія: Отже:

1. Хто поширює цю інформацію? Це особистий блог, анонімний канал чи авторитетна організація? Джерело – це вже половина відповіді.

2. Чи є підтвердження з інших авторитетних джерел? Справжня новина не буває одна. Якщо це дійсно важливо – про це напишуть і "Суспільне", і "УП", і міжнародні ЗМІ.

3. Чи не надто ця новина драматична або шокуюча? "Зрада", "паніка", "терміново", "всі мовчать" – це ознаки маніпуляції, а не журналістики.

4. Чи змушує вона мене відчувати сильний страх або гнів? Емоції – це те, на чому грають фейки. Якщо вас "тригерить" – зупиніться й перевірте.

5. Чи є в тексті конкретні докази – чи лише голослівні твердження? "Кажуть", "знайома бачила", "ходять чутки" – усе це не докази. Перевіряйте факти, шукайте цифри, посилання, документи.

Марія: Отже, на сьогоднішньому подкасті ми побачили, як дезінформація впливає на життя різних людей: від переселенців, які втратили свій дім і довіру до медіа, до вчителів, які щодня стикаються з її наслідками в освітньому процесі.

Історії Ольги, Сергія та Олени – це лише кілька прикладів того, наскільки глибоко дезінформація може проникати в наше життя, руйнуючи довіру, стосунки та спільноти. Вони також показують, що з цією проблемою можна і потрібно боротися, об'єднуючи зусилля та використовуючи різні інструменти.

Анастасія: Ми хочемо нагадати нашим слухачам, що перевіряти інформацію, критично мислити та навчати цьому інших – це не просто особистий вибір, а справжній захист себе, своїх близьких і суспільства загалом. Пам'ятайте, що кожен із нас має вплив на те, як виглядає інформаційний простір навколо.

Дякуємо, що були з нами. У наступному подкасті ми обговоримо, як уникати дезінформації, яка зачіпає ментальне здоров'я, і поділимося порадами від психологів.

Залишайтеся з нами, бережіть себе та завжди перевіряйте факти. До зустрічі!

Сценарій «Подкаст на тему "Як зберегти ментальне здоров'я в умовах інформаційного перенасичення"»

Привітання слухачів та короткий вступ до теми

Анастасія: Вітаю вас, наші дорогі слухачі! Сьогодні з вами Анастасія і ви слухаєте подкаст, який присвячений протидії дезінформації та її наслідкам. Сьогодні ми поговоримо про те, як інформаційне перенасичення впливає на нашу психіку і як зберегти ментальне здоров'я в умовах, коли новини постійно змінюються, а потік інформації здається нескінченним.

Ми запросили до розмови практикуючу психологиню, експертку у сфері ментального здоров'я, Ірину Бойко, яка розповість, як правильно фільтрувати інформацію, уникати стресу та захищати себе від негативного впливу новинного шуму.

Пані Ірино, раді вас вітати!

Ірина: Доброго дня! Дякую за запрошення.

Це дійсно важлива тема, яка зараз турбує багатьох. Наше психічне здоров'я напряму залежить від того, як ми сприймаємо та обробляємо інформацію, тому я рада поділитися корисними порадами.

Анастасія: Давайте почнемо з основного питання: Як саме постійний потік новин впливає на наш психологічний стан?

Ірина: Постійний потік новин, особливо негативного характеру, має серйозний вплив на психіку людини. Це явище називають інформаційним перенасиченням. Ми живемо у світі, де новини оновлюються щохвилини, і людина підсвідомо відчуває потребу бути в курсі всіх подій.

На перший погляд, це здається нешкідливим: подивитися стрічку новин, прочитати заголовки, але постійна взаємодія з інформацією активує так звану бойову готовність мозку. Коли ми отримуємо тривожні новини – наприклад, про воєнні дії чи економічні

кризи, – організм реагує на них так, ніби ми перебуваємо в небезпеці фізично. Це запускає стресову реакцію: підвищується рівень кортизолу, пульс, напруга в м'язах. Якщо це відбувається постійно, тіло не встигає переключитися, і людина може відчувати тривожність або навіть емоційне вигорання.

Анастасія: Чи можете ви навести конкретний приклад, як це проявляється у повсякденному житті?

Ірина: Звісно. Уявіть, що ви прокидаєтесь і одразу берете телефон, щоб подивитися новини. Ви бачите заголовки про катастрофи, кризу чи інші негативні події.

Ваш мозок сприймає цю інформацію як сигнал тривоги. Навіть якщо ви далі займаєтесь своїми справами, цей початковий стрес впливає на весь ваш день. Ви можете відчувати дратівливість, втому, небажання спілкуватися з іншими.

Один із моїх пацієнтів описував це так: "Я відчуваю, ніби постійно перебуваю у стані очікування поганих новин, навіть якщо все довкола здається спокійним."- Це класичний приклад того, як інформаційне перенасичення змінює наш емоційний фон і поведінку.

Анастасія: Це дійсно звучить тривожно. Чи є якісь сигнали, які вказують на те, що людині вже час звернути увагу на свій інформаційний режим?

Ірина: Так, є кілька ключових сигналів, які можуть свідчити про те, що людині потрібно змінити свій підхід до споживання інформації.

По-перше – емоційне виснаження. Якщо після перегляду новин ви відчуваєте втому, тривогу або роздратування, це ознака того, що новинний потік негативно впливає на вашу психіку.

По-друге – проблеми зі сном. Наприклад, вам важко заснути через тривожні думки або ви прокидаєтесь серед ночі після перегляду новин перед сном.

По-третє – зниження продуктивності. Якщо ви помічаєте, що вам важко зосередитися на роботі чи навчанні, і це напряму пов'язано з думками про інформацію, яку ви спожили, це ще один важливий сигнал.

По-четверте – дратівливість у спілкуванні. Коли ви стаєте більш чутливими до слів інших людей, легко дратуєтеся або уникаєте соціальних контактів, це також може бути пов’язано з перевантаженням мозку інформацією.

Анастасія: А що робити, якщо людина вже помітила у себе ці сигнали? Які конкретні кроки вона може зробити?

Ірина: Є кілька простих, але ефективних практик.

Встановіть чіткі часові рамки для новин. Рекомендую перевіряти новини не частіше, ніж двічі на день – наприклад, вранці після сніданку та ввечері перед вечерею. Це дозволяє залишатися в курсі подій, але уникати постійного потоку тривожної інформації.

Дотримуйтеся принципу одного джерела. Оберіть одне або два перевірених джерела новин, яким ви довіряєте, і не розпорошуйте увагу на інші. Це значно зменшує ризик натрапити на дезінформацію.

Робіть інформаційний детокс. Виділіть хоча б один день на тиждень, коли ви взагалі не читаєте новини й не заходите в соціальні мережі. Це час для вас: прогулянки, читання книжок, хобі.

Займайтеся фізичною активністю. Вправи – навіть коротка прогулянка – допомагають знизити рівень стресу та відновити емоційну рівновагу.

Використовуйте техніки релаксації. Наприклад, дихальні вправи. Техніка допомагає зняти напругу: вдихайте протягом чотирьох секунд, затримайте дихання на сім секунд, а потім повільно видихайте протягом восьми секунд. Повторіть це кілька разів.

Анастасія: Дуже корисні поради! А якщо людина відчуває, що вона вже на межі – наприклад, постійно відчуває тривогу чи апатію?

Ірина: У такому випадку важливо звернутися до фахівця. Психотерапія може допомогти знайти першопричини вашого стану та підібрати ефективні стратегії для подолання емоційного виснаження. Також є прості техніки самодопомоги, які ви можете застосовувати вже зараз:

Практика усвідомленості. Зупиніться на кілька хвилин, закрийте очі й зосередьтеся на своєму диханні. Це допомагає перезапустити мозок і зменшити напругу.

Ведіть журнал емоцій. Записуйте, як ви почуваєтесь після перегляду новин, і аналізуйте, що саме викликає у вас стрес. Це допоможе вам зрозуміти, від яких тем краще триматися подалі.

Будьте обережними з соціальними мережами. Уникайте перегляду коментарів чи постів, які провокують тривогу або злість. Соціальні мережі часто стають джерелом токсичної інформації.

Анастасія: Дуже дякую, пані Ірино! **А** чи є маленька порада, яку слухач може використовувати щодня як антистрес-звичку?

Ірина: Так, і вона дуже проста: вдячність.

Щовечора, перед сном, запишіть або згадайте три речі, за які ви вдячні сьогодні. Навіть найменші – чай, який вам сподобався, посмішка перехожого, хвилина тиші. Це переключає мозок із режиму “боротьби” на режим “спокою”. І знижує рівень тривоги вже після кількох днів.

Анастасія: Ваші поради дійсно цінні й, сподіваюся, допоможуть нашим слухачам краще дбати про себе в інформаційний хаос.

А **з**араз я пропоную вам зробити *маленьку вправу*. Якщо ви слухаєте нас дорогою додому, в ліжку або просто під час прогулянки – дозвольте собі хвилину тиші.

Ірина *(спокійним, повільним тоном)**:***

Сядьте зручно або просто розслабте плечі. Зробіть глибокий вдих… і повільний видих. Відчуйте, як напруга потрохи залишає ваше тіло. Уявіть, як навколо вас з’являється прозора сфера – ваш особистий простір. У цьому просторі немає криків, заголовків, тривожних повідомлень. Тут тільки ви – у безпеці.

Поверніться до цього стану, коли вам стане важко. Це ваше внутрішнє укриття.

Навіть одна хвилина тиші на день – це інвестиція в спокій. Не недооцінюйте силу простої паузи.

Анастасія: Дійсно так!

Доречі, ми також попросили наших слухачів поділитися власним досвідом. І ось кілька невеликих історій, які, можливо, здадуться вам знайомими.

«Я помітила, що почала дратуватися на чоловіка просто за те, що він хотів поговорити. А я в той момент читала новини про черговий обстріл. Я зрозуміла, що вже не відчуваю межі між особистим життям і новинною стрічкою…»

«Мій син почав боятися йти до школи після того, як почув, як я на весь голос обговорювала з подругою “чергову зраду”. Я не помітила, як постійна тривога в мені перейшла на нього…»

Марія: Це надзвичайно важливі історії, і вони дуже точно ілюструють так звану ефектну передачу тривоги – коли наше внутрішнє напруження передається іншим, навіть несвідомо. У першій історії ми бачимо прояв емоційного вигорання: людина настільки зосереджена на негативних новинах, що навіть базова взаємодія з близькими викликає роздратування. Це типовий сигнал, що особистий кордон між “зовнішнім світом” і “внутрішнім я” порушено.

У другій – приклад того, як діти вбирають емоції дорослих, не завжди розуміючи, про що саме йдеться. Але страх – вони вловлюють миттєво. Ми не завжди усвідомлюємо, що наші емоції формують середовище для тих, хто поруч. Особливо для дітей.

І найголовніше – це не про провину. Це про усвідомлення. Якщо ви помічаєте в собі подібні реакції – не карайте себе. Це ознака того, що пора взяти паузу, вдихнути і звернути увагу на себе. Бо найкраще, що ми можемо дати близьким – це власну стабільність.

Анастасія: Доречі, хотіла б також сказати про інформаційне вигорання – це не абстракція. Воно має дуже реальні ознаки, які легко пропустити. Усе починається з втоми, яка не минає, а потім перетворюється на байдужість, тривожність або злість.

Ірина: Так-так, іноді людина навіть не підозрює, що виснажена саме інформаційно. Наприклад, ви не хочете відкривати телефон, але все одно тягнетеся до нього зранку. Прокручуєте стрічку – не тому, що цікаво, а тому, що "треба бути в курсі". У вас може бути відчуття, що ви "пропускаєте щось важливе" – і це теж симптом.

Анастасія: Дорогі слухачі, а як ви справляєтесь із інформаційним навантаженням? Чи маєте свої фільтри, поради або звички?

Напишіть нам – ми з радістю поділимось вашим досвідом у наступних епізодах. А можливо, ваша порада стане рятівною для когось іншого.

Ірина: Перед тим, як завершити, давайте розвіємо кілька поширених міфів, які ми чуємо у щоденному житті. Бо часто саме ці хибні уявлення заважають людям звернутися по допомогу або змінити інформаційні звички.

Ірина: *Міф номер один: "Мене це не стосується. Я просто читаю новини, як усі."* Насправді, навіть коротке перебування в інформаційному потоці може викликати тривожність, якщо ви не маєте фільтрів і меж.

Міф номер два: "Психолог – це для слабких." Це хибна думка. Звернення до спеціаліста – це прояв сили, відповідальності й турботи про себе.

Міф номер три: "Щоб заспокоїтись, потрібно просто відволіктись – наприклад, дивитись серіали чи скролити меми". Це може спрацювати на короткий час. Але без глибшого відпочинку й усвідомлення джерела тривоги, ви повертаєтесь у той самий стан.

Анастасія: Дякую, Ірино!

Ми багато проговорили сьогодні про вплив інформаційного перенасичення на емоційний стан. Але важливо знати – це не лише психологічне відчуття. Це вже давно є об'єктом серйозних досліджень.

Ірина: Так, звичайно. Згідно з опитуванням Американської психологічної асоціації, понад половина американців відчувають стрес через новини. І це не просто емоції – люди

повідомляють про тривожність, втому, порушення сну. Це означає, що новинний потік має дуже відчутний вплив на психічне здоров'я.

Також, ще одне дослідження, опубліковане в *Proceedings of the National Academy of Sciences*, довело, що люди, які частіше читають новини, пов'язані з COVID-19, мають вищий рівень психологічного дистресу. Особливо ті, хто безперервно слідкує за оновленнями.

Це підтверджує те, що ми вже згадували: перевантаження інформацією діє на мозок як хронічний стрес, навіть якщо зовні ви відчуваєте себе «просто в курсі подій».

Анастасія: Дякую, Ірино! Тож якщо ви коли-небудь відчували втому після новин – це не примха. Це реальна реакція вашої нервової системи. І це ще одна причина, чому інформаційна гігієна така важлива.

Отже, шановні слухачі, сьогодні ми розглянули дуже важливу тему – збереження ментального здоров'я в умовах інформаційного перенасичення. Ми почули від нашого експерта, як саме новини можуть впливати на нашу психіку, які ознаки свідчать про те, що нам слід змінити свої звички споживання інформації, а також отримали низку корисних рекомендацій для підтримки емоційної рівноваги.

Це правда, що у сучасному світі уникнути інформації майже неможливо. Ми живемо в епоху, де кожна новина стає доступною миттєво, і в цьому є як свої плюси, так і мінуси. Однак важливо пам'ятати, що ми маємо контроль над тим, скільки й чого ми споживаємо. Ми можемо обирати якісні джерела, встановлювати власні межі, створювати для себе інформаційні бази спокою.

Хочу ще раз нагадати кілька ключових думок, які варто взяти з собою після прослуховування подкасту.

По-перше, дбайте про свій емоційний стан, так само як про фізичне здоров'я. Якщо ви відчуваєте тривогу чи виснаження після новин, це сигнал вашого організму, що пора зупинитися й зробити паузу.

По-друге, не бійтеся ставити межі. Насправді, достатньо двох перевірок новин на день, щоб залишатися в курсі подій, і водночас не перенасичувати мозок негативною інформацією. Інформаційний детокс, прогулянки на природі, фізична активність – усе це допоможе знизити стрес і відновити внутрішню рівновагу.

По-третє, якщо ви відчуваєте, що не можете впоратися самостійно, звертайтеся за допомогою до спеціалістів. Психологи та психотерапевти – це не розкіш, а необхідність у складні моменти життя. Важливо пам'ятати: піклуватися про себе – це не слабкість, а ознака сили й відповідальності.

І нарешті, пам’ятайте, що навіть у світі, переповненому інформацією, ви можете знайти спокій. Ви можете створити навколо себе простір, де буде більше позитиву, більше часу для себе та своїх близьких.

Ми щиро вдячні нашій гості, пані Ірині, за її цінні поради та глибокі знання. Сподіваємось, що наш сьогоднішній епізод допоміг вам поглянути на проблему інформаційного перенасичення з іншого боку і надихнув на зміни.

Дякуємо, що провели цей час із нами. Пам’ятайте: ваше ментальне здоров’я – це фундамент щасливого життя.

Бережіть себе й залишайтеся усвідомленими споживачами інформації. До зустрічі!

Сценарій «Подкаст на тему “Основи медіаграмотності: як розпізнати дезінформацію”»

Привітання слухачів та короткий вступ до теми

Анастасія: Вітаю вас, наші дорогі слухачі! Мене звати Анастасія і ви слухаєте подкаст «Медіа і реальність» – простір, де ми допомагаємо вам розібратися у світі інформації, побачити приховані аспекти медійного контенту та протистояти дезінформації, яка сьогодні стала частиною нашого життя.

Сьогоднішній випуск – це особливий епізод. Ми всі живемо в інформаційному суспільстві, де потік новин, пости у соціальних мережах та іншого контенту здається нескінченним. Сотні повідомлень щодня – і кожне з них претендує на вашу увагу. Але як зрозуміти, які новини є правдивими, а які – ні? Як не загубитися у цьому морі інформації?

Медіаграмотність – це ключ до відповідей на ці запитання. Уміння критично мислити, перевіряти факти, розпізнавати маніпуляції – це не просто корисні навички, це вже необхідність у сучасному світі. І саме сьогодні ми розберемо, як ви можете стати більш обізнаними споживачами інформації.

Ми не лише поговоримо про основи медіаграмотності, а й поділимося конкретними інструментами, які допоможуть вам розпізнавати фейки та не потрапляти в інформаційні пастки. Також ви дізнаєтеся, як правильно оцінювати джерела інформації, аналізувати медіаконтент і зберігати ясність думок у світі інформаційного шуму.

І в цьому нам допоможе наша гостя – Марія, вона є експертом із медіаграмотності, людина, яка знає все про те, як захистити себе від дезінформації. Маріє, вітаю вас у нашому подкасті! Як ваш настрій сьогодні?

Марія: Дякую, Анастасіє! Настрій чудовий, і я дуже рада бути частиною цього важливого обговорення.

Тема медіаграмотності справді на часі, адже сьогодні вона потрібна кожному, хто хоче орієнтуватися в сучасному світі. Я готова поділитися корисними порадами, інструментами та досвідом, щоб ваші слухачі могли почуватися впевнено в потоці інформації.

Анастасія: Тож, дорогі слухачі, залишайтеся з нами, адже попереду – цікава й інформативна розмова, яка допоможе вам стати справжніми експертами у світі медіа.

Маріє, давайте розпочнемо з основ. Чому медіаграмотність зараз така важлива? І чи справді кожному потрібно цим займатися?

Марія: Дякую за питання, Анастасіє. Якщо коротко, медіаграмотність – це не лише вміння читати новини. Це здатність критично мислити, аналізувати інформацію та не дозволяти маніпуляторам впливати на ваші думки й рішення.

Чому це важливо? Бо інформація сьогодні – це сила. Вона може впливати на суспільство, створювати паніку, розділяти людей або навіть підбурювати до конфліктів. Дезінформація – це не просто вигадані новини, це цілеспрямована стратегія, спрямована на те, щоб дезорієнтувати вас, змусити сумніватися у правді або приймати вигідні для когось рішення.

Уявімо, що ви читаєте в соціальній мережі новину про нестачу продуктів у вашому місті. У паніці люди починають скуповувати все, що бачать на полицях, хоча насправді проблеми немає. Це – типова ситуація, яку створюють фейкові новини. Якщо ви не знаєте, як перевіряти інформацію, ви стаєте частиною цього хаосу.

Анастасія: Це дійсно серйозно. Але чи не здається вам, що вчитися медіаграмотності – це складно? Багато людей можуть подумати: "У мене немає часу перевіряти кожну новину, яку я бачу".

Марія: Абсолютно справедливо, це дуже поширена думка. Але я хочу заспокоїти наших слухачів: медіаграмотність – це не про складність, це про звички. Наприклад, ви звикли перевіряти термін придатності продуктів у магазині, чи не так? Аналогічно і з новинами – це просто звичка перевіряти джерела, шукати додаткову інформацію та не поспішати вірити всьому, що бачите.

І щоб це не здавалося складним, давайте поговоримо про прості, але дуже ефективні інструменти. Наприклад, є сайт «StopFake», де перевіряють і спростовують фейкові новини. Він зручний у користуванні, і там зібрано величезну базу дезінформації. Також є додатки, як-от «Factmata» або «NewsGuard», які допомагають аналізувати джерела інформації.

Анастасія: Цікаво! Але, напевно, нашим слухачам хотілося б почути конкретний алгоритм: як перевіряти новини? Що робити, коли бачиш підозрілу інформацію?

Марія: Чудове питання. Отже, алгоритм перевірки виглядає так:

1. Подивіться на джерело. Чи знаєте ви це видання? Чи має воно репутацію достовірного? Якщо це сайт, який ви бачите вперше, пошукайте про нього інформацію. Наприклад, у базах сайтів-дезінформаторів, таких як «Media Bias/Fact Check».

2. Перевірте дату. Дезінформація часто маніпулює старими подіями, подаючи їх як актуальні. Переконайтеся, що новина є свіжою, а не вирваною з контексту кількарічної давності.

3. Проаналізуйте заголовок. Дуже часто фейки мають емоційні або кричущі заголовки: «ШОК!», «НЕЙМОВІРНО!» або «ВСІ ПОВИННІ ЗНАТИ». Це вже сигнал, що варто насторожитися.

4. Перевірте інші джерела. Якщо новина справді важлива, її висвітлюватимуть й інші медіа. Зробіть простий пошук у Google, щоб побачити, чи є згадки про цю подію на сайтах із гарною репутацією.

5. Подивіться на автора. Чи є в нього реальне ім'я? Чи можна знайти про нього інформацію? Якщо автор підписаний як «admin» або «редактор», це теж викликає сумніви.

6. Перевірте фотографії чи відео. Буває, що дезінформатори використовують зображення, які не мають нічого спільного з новиною. Ви можете зробити зворотний пошук зображення в Google Images або сервісах на кшталт «TinEye».

Анастасія: Маріє, а чи є якісь підказки для тих, хто не має часу на довгу перевірку, але хоче відразу зрозуміти, чи новина викликає підозри?

Марія: Так, звісно. Я завжди раджу використовувати правило трьох «П»:

1. Подивіться на посилання. Якщо URL виглядає дивно, наприклад, багато цифр, літер або виглядає, як підробка відомого сайту («cnn-news-real.com»), це тривожний сигнал.
2. Перевірте емоції. Якщо новина викликає сильну емоційну реакцію – гнів, страх чи шок – зупиніться й подумайте. Маніпулятори часто грають на наших емоціях.
3. Поставте питання. Чому я бачу цю новину саме зараз? Кому вигідно, щоб я у це повірив? Якщо відповіді незрозумілі, скоріше за все, це дезінформація.

Анастасія: Ми вже багато говорили про важливість медіаграмотності та основні методи перевірки новин, але давайте поглянемо на ще одну важливу складову – маніпуляції в медіа. Вони можуть бути настільки тонкими, що іноді їх важко помітити. Маріє, які основні типи маніпуляцій ми можемо зустріти в інформаційному просторі?

Марія: Це дійсно важливе питання. Маніпуляції в медіа можуть бути різними, і вони часто мають мету змусити нас приймати певні рішення або мати певну точку зору. Один із найбільш поширених прийомів – це емоційна маніпуляція. Вони активно використовують

слова або зображення, щоб викликати сильні емоції – наприклад, гнів, страх або співчуття. І це виводить нас з критичного мислення, змушуючи діяти на основі емоцій, а не фактів.

Інший тип маніпуляції – це фальшиві експерти. Наприклад, ви можете зустріти статтю з інтерв'ю з людиною, яка представляється експертом в певній галузі, але її кваліфікація не підкріплена фактами. Це може бути не просто обман, а свідомий спосіб сформувати у нас хибну думку.

І, звичайно, орієнтовані на увагу заголовки. Заголовок не завжди відповідає змісту матеріалу, а лише створює певну наративну лінію для того, щоб втягнути вас у читання. Це дуже ефективний спосіб маніпулювати вашою увагою, без реального обґрунтування.

Анастасія: Цікаво, що ви зазначили про маніпуляції через емоції. Вони дійсно можуть звести нас з правильного шляху. Але як боротися з таким впливом? Що ми можемо зробити, щоб зберігати критичне мислення, коли стикаємося з такими маніпуляціями?

Марія: Перш за все, важливо навчитися розпізнавати емоційні гачки. Якщо новина чи повідомлення викликає сильні емоції – зупиніться і спробуйте проаналізувати, чому саме ця новина викликає у вас таку реакцію. Маніпулятори часто використовують техніки, щоб активувати нашу «первісну» емоційну реакцію, а ми можемо захистити себе, якщо будемо уважнішими до цих моментів.

Також корисно задавати собі питання: «Яку мету має ця інформація? Чи є в ній місце для маніпуляцій?» Це дуже допомагає в процесі розпізнавання фейків і маніпуляцій.

І, звісно, не забувайте про джерела. Якщо ви бачите емоційну реакцію, але не можете знайти підтвердження інформації з авторитетних джерел, це має бути для вас сигналом.

Анастасія: Маріє, давайте тепер поговоримо про зовнішнє маніпулювання інформацією. Нещодавно Європейська служба зовнішніх справ опублікувала звіт, згідно з яким Україна є найчастішою жертвою дезінформації та фейків. Як ви оцінюєте цю ситуацію?

Марія: Це дуже серйозна проблема. Згідно зі звітом, у період з грудня 2022 року до листопада 2023 року було зафіксовано 480 випадків зовнішнього маніпулювання інформацією, з яких 160 були спрямовані проти України. Це свідчить про систематичні спроби вплинути на громадську думку та дестабілізувати ситуацію в країні.

Анастасія: Це дійсно вражаючі цифри. Як ви вважаєте, чому саме Україна стала такою мішенню для зовнішніх маніпуляцій?

Марія: Україна знаходиться в центрі геополітичних процесів, і її незалежність та європейський вибір є важливими чинниками для зовнішніх гравців. Маніпулювання інформацією дозволяє створювати хаос, посіяти недовіру до влади та міжнародних партнерів, а також впливати на внутрішню політику.

Анастасія: А які саме методи використовуються для маніпулювання інформацією?

Марія: Основними методами є поширення фейкових новин, створення фальшивих акаунтів у соціальних мережах, використання ботів для розповсюдження пропаганди та маніпулювання емоціями аудиторії. Для цього часто використовуються платформи, такі як Telegram та Twitter, але також спостерігається втручання на інших платформах.

Анастасія: Дякую! А як ми можемо захиститися від таких маніпуляцій?

Марія: По-перше, важливо розвивати медіаграмотність серед населення, навчати людей критично оцінювати інформацію та перевіряти джерела.

По-друге, необхідно підтримувати незалежні медіа та журналістів, які проводять розслідування та спростовують фейки.

І, по-третє, важливо співпрацювати з міжнародними партнерами для протидії зовнішнім загрозам у інформаційному просторі.

Анастасія: Дуже дякую, Маріє!

Хотіла б звернути увагу на ще одну важливу тему – медіаграмотність серед людей похилого віку. На мою думку, ця категорія громадян частіше стає жертвою дезінформації, чи не так?

Марія: Так, люди похилого віку можуть бути менш обізнаними з цифровими технологіями та соціальними мережами, що робить їх вразливими до маніпуляцій. Тому що, вони часто отримують інформацію через традиційні медіа, які можуть бути під впливом пропаганди. Крім того, емоційна маніпуляція та шахрайські схеми, спрямовані на літніх людей, є поширеними методами зловмисників.

Анастасія: А які саме шахрайські схеми найбільш поширені серед літніх людей?

Марія: До таких схем відносяться фальшиві листи від банків або державних установ, телефонні дзвінки з вимогою передати особисті дані або гроші, а також фальшиві лотереї чи виграші, торгівля БАДами з великою націнкою. Зловмисники використовують довіру літніх людей та їх бажання допомогти, щоб отримати доступ до їхніх коштів або особистої інформації.

Анастасія: Це дійсно дуже тривожна ситуація. Як ми можемо допомогти літнім людям захиститися від таких шахрайств?

Марія: По-перше, важливо проводити інформаційно-освітні кампанії серед літніх людей, пояснюючи їм основні ознаки шахрайства та способи захисту.

По-друге, необхідно створювати доступні ресурси та гарячі лінії підтримки, куди вони можуть звертатися за допомогою.

І, по-третє, важливо залучати родичів та близьких до навчання літніх людей основам медіаграмотності та безпеки в Інтернеті.

Анастасія: Дякуємо, Маріє, за ці важливі поради. Сподіваємося, що наші слухачі зможуть застосувати їх у своєму житті та допомогти своїм близьким бути більш обізнаними та захищеними.

Думаю, тепер нашим слухачам стане набагато легше орієнтуватися у світі інформації.

Отже, сьогодні ми поговорили про основи медіаграмотності та важливість критичного мислення в сучасному інформаційному світі. Хочу підсумувати кілька ключових моментів, які ми обговорили разом із нашою чудовою гостею, Марією.

По-перше, інформація – це сила, але лише тоді, коли вона достовірна. Медіаграмотність – це не тільки спосіб уникнути дезінформації, а й можливість захистити себе, своїх близьких і суспільство від маніпуляцій

По-друге, ми з'ясували, що перевірка інформації – це не складний процес. Це звичка, яку кожен із нас може сформувати. Перевіряти джерела, аналізувати контекст, дивитися на деталі – все це можна зробити за кілька хвилин.

І, по-третє, медіаграмотність – це не про те, щоб підозрювати кожен текст чи пост, а про те, щоб мати впевненість у своїх діях. Це навичка, яка допомагає не лише в інформаційному середовищі, а й у повсякденному житті.

Марія: Я б хотіла додати, що медіаграмотність – це наша відповідь на дезінформацію. Коли ви знаєте, як працюють маніпуляції, коли вмієте відрізнити фейк від правди, ви автоматично стаєте менш уразливими до пропаганди чи шахрайства.

Ми живемо у світі, де інформаційний потік нескінченний, і, на жаль, не вся інформація, яку ми бачимо, є правдивою. Але у ваших руках інструменти, щоб зробити кращий вибір. Навіть кілька простих кроків можуть значно підвищити вашу здатність орієнтуватися в медіапросторі.

Якщо вас зацікавила ця тема, не соромтеся досліджувати її глибше. Є безліч курсів, ресурсів і платформ, які допоможуть вам розвивати медіаграмотність. Наприклад, я рекомендую звернути увагу на онлайн-курси з медіаграмотності від «Академії BBC» або української платформи «Вивчай і розрізняй». Це доступно і дуже корисно.

Анастасія: Так, Маріє, це дійсно дуже важливо. І я хочу закликати наших слухачів: почніть із малого. Почніть із простих питань, які ми сьогодні обговорили. Чи це джерело надійне? Чи ця інформація підтверджена? Чи не викликає ця новина надмірних емоцій?

Коли ми стаємо медіаграмотними, ми стаємо сильнішими не тільки як індивіди, а й як суспільство. Бо дезінформація діє тільки там, де немає знань і критичного мислення. А знання – це завжди про свободу вибору.

Марія: І, на останок, хочу звернутися до вас, наші слухачі. Не бійтеся ставити запитання і шукати відповіді. Якщо ви не впевнені в чомусь – перевіряйте. Навіть найменший крок у напрямку медіаграмотності може зробити величезну різницю.

Дезінформація може бути потужною зброєю, але знання та критичне мислення – це найкращий щит.

Дякую, що були з нами сьогодні. Я сподіваюся, що цей подкаст був для вас корисним і надихнув на дії.

Анастасія: Дякую вам, Маріє, за цей насичений і дуже корисний діалог.

А нашим слухачам я хочу нагадати: цей подкаст був створений для того, щоб допомогти вам почуватися впевненіше в інформаційному світі.

З вами були Анастасія та Марія. Дякуємо, що слухаєте нас! До нових зустрічей у наступних випусках подкасту «Медіа і реальність», де ми продовжимо розглядати важливі теми та надавати корисні інструменти для вашого медіа-благополуччя.

ДОДАТОК Б
СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

1. Інтернет публікація: Як визначитися із вибором професії?. Радіостанція «Universe». URL:https://universe.zp.ua/jak-viznachitisja-iz-viborom-profesii/

2. Інтернет публікація: Екологічні проблеми, з якими сьогодні стикається наш світ. Інформаційний-портал «Пороги». URL:https://porogy.zp.ua/2023/04/ekologichni-problemy-z-yakymy-sogodni-stykayetsya-nash-svit/

3. Інтернет публікація: Методи зниження рівня стресу на робочому місці. Інформаційний-портал «Пороги». URL:https://porogy.zp.ua/2023/04/metody-znyzhennya-rivnya-stresu-na-robochomu-mistsi/

4. Інтернет публікація: Міфи про домашнє насильство. Інформаційний-портал «Пороги». URL: https://porogy.zp.ua/2023/02/mify-pro-domashnye-nasylstvo/

5. Інтернет публікація: Війна очима дітей. Проєкт, що рятує. Інформаційний-портал «Пороги». URL:https://porogy.zp.ua/2023/04/vijna-ochyma-ditej/

6. Інтернет публікація: Як обирати для себе правильні новини?. Інформаційний-портал «Пороги». URL:https://porogy.zp.ua/2024/04/yak-obyraty-dlya-sebe-pravylni-novyny/

7. Інтернет публікація: Домашнє насильство в Україні: зростання випадків і падіння ефективності судової системи. Інформаційний-портал «Пороги». URL:https://porogy.zp.ua/2024/11/domashnye-nasylstvo-v-ukrayini-zrostannya-vypadkiv-i-padinnya-efektyvnosti-sudovoyi-systemy/

8. Інтернет публікація: Гендерна рівність: шлях до справедливого суспільства. Інформаційний-портал «Пороги».

URL:https://porogy.zp.ua/2024/11/genderna-rivnist-shlyah-do-spravedlyvogo-suspilstva/

9. Інтернет публікація: Час без світла: корисні ідеї для цікавого дозвілля під час відключень електроенергії. Інформаційний-портал «Пороги». URL:https://porogy.zp.ua/2024/11/chas-bez-svitla-korysni-ideyi-dlya-tsikavogo-dozvillya-pid-chas-vidklyuchen-elektroenergiyi/

10. Радіо Heartbeat: «Новини». Портал «student24». URL:https://student24.newmedia.zp.ua/%d1%80%d0%b0%d0%b4%d1%96%d0%be-heartbeat/

11. Подкаст на тему «Наслідки дезінформації через людські історії». Стримінгова платформа SoundCloud. URL:https://soundcloud.com/anastasiia-voronkova/1_naslidki-dezinformacziyi?si=280e6eb82d78403f962d430d322c6135&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

12. Подкаст на тему «Як зберегти ментальне здоров’я в умовах інформаційного перенасичення». Стримінгова платформа SoundCloud. URL:https://soundcloud.com/anastasiia-voronkova/2_yak-zberegti-mentalne?si=a24a8464df6941e1a9ff7603368529ef&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

13. Подкаст на тему «Основи медіаграмотності: як розпізнати дезінформацію». Стримінгова платформа SoundCloud. URL:https://soundcloud.com/anastasiia-voronkova/3_osnovi-mediagramotnosti-yak?si=9f8e0cd0f2e640cdb24e1b0d180d5edd&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Воронкова Анастасія Дмитрівна, студентка 4 курсу, форми навчання заочної, факультету журналістики, спеціальність С7 журналістика, адреса електронної пошти anastasiia.v.124@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Протидія дезінформації в медіа: український та європейський досвід» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

- 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_____ Підпис_____ПІБ (студент) Воронкова А. Д.

Дата_____ Підпис_____ПІБ (науковий керівник) Усманова О. В.

ABSTRACT

The topic of the Bachelor's qualification work: «Countering Disinformation in the Media: Ukrainian and European Experience».

The object of the research is disinformation in the modern information space. The subject of the research is mechanisms for countering disinformation and their implementation in Ukrainian and European media environments.

The purpose of the study is to investigate the phenomenon of disinformation and its dissemination mechanisms, as well as to create a creative project aimed at enhancing media literacy and combating the spread of fake information. This goal involves addressing the following tasks:

1. identifying the essence, main types, and mechanisms of disinformation dissemination in modern media;
2. analyzing theoretical aspects of countering disinformation based on Ukrainian and European experiences;
3. developing the concept and implementing a creative project in the format of podcasts targeted at youth, utilizing modern journalistic technologies;
4. ensuring that the creative project meets conceptual requirements, including its formal, substantive, and technical characteristics.

The creative project consists of a series of three podcasts dedicated to media literacy, recognizing fake news, and preserving mental health under the pressure of information overload. The podcasts are designed for a youth audience aged 18 to 40 and each episode has a duration of 15–20 minutes. The project adheres to journalistic standards to engage and inform the audience effectively.

The study emphasizes the importance of combating disinformation as a critical challenge in the modern information space. Media literacy is highlighted as a key tool for fostering critical thinking and resilience against manipulative content. The project aims to contribute to the development of a well-informed and media-literate society, encouraging responsible consumption of information.

Key words: disinformation, media literacy, fake news, podcasts, information space.