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

# Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Фейки в соціальних мережах: способи ідентифікації та нейтралізації»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0611-2 ж
спеціальності С7 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
*Хоменко Д. В.*
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. Фейки в соцмережах: визначення, ідентифікація та методи протидії…….. 8
1.1. Поняття фейку: типи, характеристики та причини створення…. 8
1.2. Стратегії нейтралізації фейків у соціальних мережах……... 16
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту……..... 23
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту…….. 23
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту…. 27
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту……..... 28
2.4. Особливості оформлення проєкту…….. 28
2.5. Технічні і програмні засоби……..……... 29
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)…….. 30
Висновки…….…. 31
Список використаної літератури……..... 33
Додаток А. Сценарії до подкастів…….…….……..... 35
Додаток Б. Список матеріалів портфоліо…..…… 43
Додаток В. Додаткові зображення…….…… 45
Декларація академічної доброчесності……. 46
Abstract…… 47

# РЕФЕРАТ

**Назва теми**: «Фейки в соціальних мережах: способи ідентифікації та нейтралізації».

**Обсяг основної частини роботи**: 28 сторінок.

**Кількість використаних джерел** – 23.

**Мета роботи** – створити серію подкастів, які мають звернути увагу на питання ідентифікації та нейтралізації фейків у соцмережах.

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

1) проаналізувати та узагальнити теоретичні праці науковців з теми фейк в українському медіапросторі;

2) виокремити фактори поширення фейкового новинного контенту та характерні ознаки, які допомагають виявити фейк;

3) дослідити та узагальнити теоретичні здобутки науковців щодо видів соціальних мереж, їх характеристик;

4) розглянути поради фахівців щодо сучасних методів протидії фейкам в соціальних мережах;

5) створити подкасти з теми стратегії боротьби та протидії фейків в медіапросторі.

**Об'єкт дослідження** – три подкасти на тему фейку в соціальних мережах як явища сучасного інфопростору.

**Предмет дослідження** – є методи ідентифікації фейків у соціальних мережах та ефективні стратегії їх нейтралізації.

**Формально-змістові характеристики проєкту.** Творчий проєкт є циклом журналістських матеріалів, який складається із 3 подкастів. Проєкт використовує різноманітні методи збору інформації, такі як збір та аналіз інформації з відкритих джерел, аналіз статистичних даних. Реалізований проєкт покликаний привернути увагу громадськості до теми унеможливлення поширення фейку в мережі, сформувати критичне мислення та медіаграмотність суспільства.

**Ключові слова:** фейк, соцмережі, подкаст, маніпуляція, дезінформація.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

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

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

**З А В Д А Н Н Я**
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ
Хоменко Дар'ї Валеріївні

1. Тема роботи – «Фейки в соціальних мережах: способи ідентифікації та нейтралізації» («Fakes in Social Networks: Methods of Identification and Neutralization»),
керівник роботи – Усманова Олена Вікторівна, доц., к.філол.н.,
затверджені наказом ЗНУ від «07» листопада 2024 року № 1781-с.
2. Термін подання студентом роботи – 9 червня 2025 р.
3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: А. Зіборова, Ю. Омельчук, С. Паршуков, А. Турчин, О. Усманова, В. Шоляк.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: 1) проаналізувати та узагальнити теоретичні праці науковців з теми фейк в українському медіапросторі;
2) виокремити фактори поширення фейкового новинного контенту та характерні ознаки, які допомагають виявити фейк; 3) дослідити та узагальнити теоретичні здобутки науковців щодо видів соціальних мереж, їх характеристик;
4) розглянути поради фахівців щодо сучасних методів протидії фейкам в соціальних мережах; 5) створити подкасти з теми стратегії боротьби та протидії фейків в медіапросторі.
5. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|---|---|---|---|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Вступ | Усманова О В., доц. | 16.11.2024 | 16.11.2024 |
| Розділ 1 | Усманова О В., доц. | 20.12.2024 | 20.12.2024 |
| Розділ 2 | Усманова О В., доц. | 10.02.2025 | 10.02.2025 |
| Висновки | Усманова О В., доц. | 10.04.2025 | 10.04.2025 |

6. Дата видачі завдання – 15 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. | 17.11.2024 | Виконано |
| 2 | Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела. | 02.12.2024 | Виконано |
| 3 | Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури | 11.01.2025 | Виконано |
| 4 | Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування. | 14.03.2025 | Виконано |
| 5 | Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини. | 11.04.2025 | Виконано |
| 6 | Написати висновки і остаточний варіант вступу. | 19.04.2025 | Виконано |
| 7 | Оформити всі додатки. | 10.05.2025 | Виконано |
| 8 | Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль. | 07.06.2025 | Виконано |
| 9 | Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру. | 10.06.2025 | Виконано |

Студентка _____ Д. В. Хоменко

Керівник роботи _____ О. В. Усманова

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко

# ВСТУП

*Актуальність дослідження.* Сучасні соціальні мережі стали основним джерелом інформації для мільйонів людей у всьому світі. Однак поряд із достовірними новинами в цифровому просторі активно поширюються фейки – свідомо спотворена, маніпулятивна або неправдива інформація, що має на меті дезорієнтувати суспільство, вплинути на громадську думку або досягнути політичних, економічних чи соціальних цілей. Особливо гостро ця проблема проявилася в умовах воєнного конфлікту.

Значна частина фейкових новин поширюється через соціальні мережі, оскільки вони забезпечують швидкий і неконтрольований обіг інформації. Користувачі, часто не перевіряючи достовірність повідомлень, поширюють їх, що сприяє масовому впливу дезінформації. Це може призводити до паніки, соціальної напруги, зниження рівня довіри до офіційних джерел та загального викривлення реальності. У зв’язку з цим дослідження способів ідентифікації та нейтралізації фейків у соціальних мережах є надзвичайно важливим для формування критичного мислення та медіаграмотності суспільства.

*Мета роботи* – створити серію подкастів, які мають звернути увагу на питання ідентифікації та нейтралізації фейків у соцмережах.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі *завдання*:

1) проаналізувати та узагальнити теоретичні праці науковців з теми фейк в українському медіапросторі;

2) виокремити фактори поширення фейкового новинного контенту та характерні ознаки, які допомагають виявити фейк;

3) дослідити та узагальнити теоретичні здобутки науковців щодо видів соціальних мереж, їх характеристик;

4) розглянути поради фахівців щодо сучасних методів протидії фейкам в соціальних мережах;

5) створити подкасти з теми стратегії боротьби та протидії фейків в медіапросторі.

*Об'єкт дослідження* – три подкасти на тему фейку в соціальних мережах як явища сучасного інфопростору.

*Предмет дослідження* – є методи ідентифікації фейків у соціальних мережах та ефективні стратегії їх нейтралізації.

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатку. Обсяг основної роботи – 28 сторінок. Список використаної літератури включає 23 найменування (викладених на 3-х сторінках).

# РОЗДІЛ 1
# ФЕЙКИ В СОЦМЕРЕЖАХ: ВИЗНАЧЕННЯ, ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА МЕТОДИ ПРОТИДІЇ

## 1.1 Поняття фейку: типи, характеристики та причини створення

У сучасному цифровому світі соціальні мережі стали не тільки джерелом інформації, але й середовищем поширення неправдивої інформації, а саме фейку. Перш ніж говорити про його вплив та наслідки для авдиторії, пропонуємо розглянути трактування цього поняття.

А. Булгаков у матеріалі «Фейк» по-вінницьки: залишилося вивчити значення слова» надає ряд синонімів до цього терміну, а саме: «побрехенька, хибня, мароліп, омана…» [1]. Він також відзначає своєрідне трактування цього терміна: «Саме вживання слова "фейк" уже заслуговує на мовознавчу розвідку. Місцеві посадовці взагалі вирішили тулити це слово будь-куди, де на їхню думку може міститись інформація, з якою вони не згодні. А неперебірливі ЗМІ в змаганні за оперативність та клікабельність ще й додають "ворожості" в контекст. У результаті прості хиби видаються ледь не цілеспрямованими інформаційними кампаніями» [1].

Інститут масової інформації надає наступне визначення фейку: «це подання фактів у спотвореному вигляді або подання свідомо неправдивої інформації. До того ж фейк – це спосіб маніпуляції свідомістю шляхом надання неповної інформації, спотворення контексту, частини інформації з метою підштовхнути аудиторію до дій чи думок, які потрібні маніпулятору» [18].

Медіа «ШоТам» ідентифікує фейк за наступними показниками: «Фейк – це щось несправжнє, недостовірне, сфальшоване, що подається як дійсне, реальне, достовірне, щоб увести вас в оману» [5]. Варто зазначити, що це кросплатформінговане медіа понад рік керує проєктом «Мій персональний фейк», мета якого «покласти край впливу фейків та ворожої пропаганди на українців…Наші медіа перенасичені фейками. Це – отрута та зброя, яка затьмарює мозок і руйнує життя». Одна із частин проєкту – це відеоісторії людей,

які повелись на неправдиву інформацію, що лунає в ЗМІ. Вони самі розкажуть, як це вплинуло на їхнє життя» – пояснюють «ШоТам» [5].

На сайті Українського кризового медіа-центру про фейк знайдемо наступну інформацію: «Фейк – це свідоме викривлення інформації. Сучасні можливості дають змогу викривлювати реальність не тільки у текстах, але і в зображеннях і відео. У тексті можна перекрутити факти, у зображенні можна щось дофотошопити, а у відео вибрати якісь окремі фрагменти та подати їх, як щось зовсім інше, ніж це було насправді» [16].

Фейкові новини охоплюють широкий спектр – від частково правдивої інформації до свідомої дезінформації і відвертої брехні. Будь-яка новина, яка не відповідає реальності або була створена з метою підтримати чи, навпаки, нашкодити чийсь суспільний образ, може вважатися фейковою. Перший задокументований випадок використання фейкових новин датується 1522 роком у Римі, коли П'єтро Аретіно намагався вплинути на вибори папи, написавши образливі сонети про всіх кандидатів, крім свого фаворита. Часто фейкові новини створюються та поширюються владою з метою маніпуляції громадською думкою [22].

У більшості випадків люди взагалі не знають про те, що новини є повністю фейковими (або певною мірою сфабрикованими), оскільки фактор довіри до платформи, на якій ми їх читаємо, перевершує рамки підозр щодо них. Протягом останніх десятиліть видавці новин стали основним джерелом новин у медіапросторі, а також наша довіра до них. У деяких випадках вплив фейкових новин досягає такої міри, що вони перевершують самі справжні новини.

За даними крайнього дослідження USAID / Internews, 83 % респондентів знають про існування фейків. За самооцінюванням обізнаних опитаних, 72 % вміють відрізнити неправдиві матеріали. Схожа ситуація і з виявленням замовних матеріалів: 81 % знають про них, із них 72 % відчувають, що можуть виявити.

Дослідники вирішили перевірити це на практиці, запропонувавши респондентам кілька текстів. 75 % опитаних зуміли правильно визначити хоча б одну фейкову новину, 12 % правильно визначили всі новини.

47 % авдиторії вважають дезінформацію критичною проблемою. Частка тих, для кого проблема актуальна, значно зросла 2024 року [3].

Ю. Омельчук вважає, що основною причиною поширення фейкових новин є прагнення привернути увагу до сенсаційного контенту. Часто неправдива інформація стосується надзвичайних або екстрених подій, а також тем, що є значущими для повсякденного життя читачів. У таких випадках, за словами дослідниці, емоційне сприйняття переважає над логічним мисленням, що сприяє довірі навіть до абсурдних повідомлень [6].

Про те, чому саме фейки приваблюють авдиторію, висловлює свою думку журналістка, медіатренерка та співзасновниця «StopFake» О. Юркова. Вона відзначила, що дослідники зазначають, про те, що фейкові новини приваблюють користувачів через свою новизну та емоційність, завдяки чому вирізняються серед інших повідомлень у стрічці. Оскільки емоційна реакція передує раціональному мисленню, люди часто поширюють такі матеріали імпульсивно. Впливає також фактор соціального середовища – інформація, що активно поширюється друзями або відповідає вже сформованим переконанням, сприймається як достовірна. Попри певне зростання критичності у сприйнятті інформації, фейкові новини продовжують розвиватися, адаптуючись до нових умов [14].

Про те, що фейки створюють з метою привернути увагу, відзначають також журналісти Українського кризового медіа-центру, які у свою чергу виокремлюють «три основні сфери застосування цього підступного прийому.

По-перше, йдеться про комерційний інтерес: фейки слугують інструментом клікбейту для збільшення переглядів і прибутку від реклами.

По-друге, фальшиві новини активно застосовуються в політичній боротьбі – як на внутрішньополітичному рівні (для дискредитації опонентів), так і в межах ширших геополітичних інформаційних кампаній.

І, по-третє, частина фейків має розважальний характер: певні сатиричні ресурси свідомо вигадують новини задля гумору, але іноді такі повідомлення помилково сприймаються як справжні й навіть поширюються медіа [16].

Із початком введення воєнного стану в Україні, кількість фейкових новин суттєво зросла: «Звертаємо Вашу увагу, що Російська Федерація у традиційній для себе манері продовжує підвищувати градус ненависті до всього українського, у зв'язку з чим помітно збільшилася кількість російських «фейків» та «вкидів» в інформаційному просторі на військову тематику, зокрема, у соціальних мережах та стрічках новин деяких засобів масової інформації. Мета цих «фейкових» повідомлень – посіяти панічні настрої серед українців у зв'язку із оголошенням воєнного стану у визначених областях нашої держави», – зазначив на брифінгу 28 листопада 2018 р. начальник пресслужби Міноборони Олексій Чернобай [15].

Повномасштабне вторгнення не стало виключенням. Так, екс секретар РНБО України Олексій Данілов у лютому 2024 року надав наступні цифри поширення неправдивої інформації: «Щотижня спецслужби РФ вкидають 166 мільйонів дезінформаційних постів про Україну» [21].

ІМІ надає перелік характерних ознак, які допоможуть виявити фейк. Серед них:

*Джерела*

- Відсутність джерел інформації.
- Анонімні джерела.
- Інформація, взята із соцмереж, з акаунтів, які не верифіковані.
- Лінк на підозрілі або маловідомі джерела (лінк на сайт huhurtrt.ru).
- Інформація від організацій, які були помічені в поширенні неправдивих даних.
- Дані соціологічних компаній, які не були активними в міжвиборчий період або були помічені у співпраці з політичними силами.
- Недостовірні цитати (перекручення з ніг на голову того, що сказали насправді / повністю вигадані цитати / неправильний переклад цитати).

*Експерти*

- Представники структур, яких не існує в реальності.
- Експерти без вказування інституції, яку представляють.
- Анонімні експерти («вчені вважають…»).

- Експерти, які фінансуються зацікавленою стороною і просувають її точку зору.
- Політично заангажовані експерти.

*Емоції*

- Думка чи оцінка подається як факт.
- Заголовок не відповідає новині або є надміру емоційним.
- Емоційне накручування в матеріалі.
- Апеляція до забобонів, конспірологічних теорій.
- Журналіст вживає в матеріалі слова, що викликають позитивні або негативні емоції.
- Навішування ярликів, поширення стереотипів.

*Подання фактів*

- Соціологічні дані без вказання вибірки, замовника, географії, похибки, дати.
- Однобоке подання фактів, оцінок і коментарів, узагальнення («всі українці – фашисти»).
- Викривлене подання новини: реальні факти змішуються з неправдою.
- Недостовірні фото, відео, які використовуються як підтвердження інформації.
- Недостовірний або спотворений переклад цитати, коментаря з іноземних джерел [18].

О. Юркова виділяє кілька характерних ознак фейкової інформації. Насамперед це надмірна емоційність – текст містить категоричні твердження, заклики до дій та емоційно забарвлену лексику, особливо у заголовках, що є типовим для так званих сайтів-смітників.

Іншим показником є відсутність чітких відповідей на базові журналістські питання: хто, що, де і коли. За таких умов бракує фактів, які можна було б перевірити, а також – супровідних візуальних матеріалів. Додатково,

недостовірна інформація часто не містить посилань на першоджерела або авторитетні джерела.

О. Юркова також радить звертати увагу на те, чи має ресурс доступ до викладеної інформації та які мотиви стоять за її поширенням. Серед непрямих ознак фейків – відсутність згаданої новини в авторитетних ЗМІ та штучне поєднання непов'язаних між собою фактів [14].

На сторінці Покровської сільської ради [19] репрезентують своє бачення розпізнання фейку:

1.1. Виражена емоційна забарвленість.

Професійний журналіст подає факти про подію чи явище, залишаючи аудиторії право самостійно реагувати на отриману інформацію. Якщо ж у новині вам нав'язують певні емоції або реакції, це може свідчити про спробу маніпуляції. У такому випадку є ймовірність, що подана інформація є неправдивою або фейковою.

1.2. Клікбейтний заголовок.

*Клікбейт* (від англ. *click* – клацання + *bait* – наживка) – заголовок чи візуально помітна фраза у дописі в соціальних мережах, що змушує користувача натиснути на нього. Дуже важливо читати далі заголовка. Доволі часто буває так, що заголовок чи клікбейтна фраза не пов'язані зі змістом новини або є відверто маніпулятивними.

1.3. Текст капслоком і знаки оклику.

Особливо якщо це заголовок. Капслоком пишуть, коли намагаються будь-що привернути увагу, це ніби кричати: «*Агов, ти! Дивися сюди!*». Те ж само і зі знаками оклику. Медіа, які дбають про свою репутацію, не дозволяють собі таких прийомів. Тож подібні прояви мають викликати у вас здоровий скепсис і дуже прискіпливе ставлення до новин у такому візуальному оформленні.

1.4. Невідомі та анонімні експерти.

Якщо в матеріалі автор посилається на експертів з інституцій, про які ви ніколи не чули, або (тим більше!) на анонімних, використовує конструкції на кшталт *«фахівці стверджують»*, *«науковці кажуть»*, *«дослідження доводять»*,

не надаючи конкретних посилань на ці твердження та дослідження – то у вас має виникнути велике питання до достовірності цих даних. Не можна покладатися на невідомі джерела.

1.5. Сумнівні посилання.

Будь-яка новина у серйозному медіа повинна містити посилання на першоджерело – офіційні сайти різних служб і організацій, фотодокази, цитати з перших вуст тощо. Жодних посилань немає? Це дзвіночок. Перевіряйте наявні в матеріалі лінки. Якщо вони ведуть на сторонній ресурс, тільки на головну сторінку сайту (а не на власне повідомлення) або якщо вибиває помилку – це може означати, що перед вами фейк. Не читайте новин із ресурсів, про які ви нічого не знаєте.

1.6. Однобоке висвітлення події.

Щоб сформувати об’єктивну думку щодо події чи явища, у вас має бути достатньо різносторонньої інформації. Якщо в матеріалі представлені коментарі тільки однієї сторони, він не може претендувати на об’єктивність. Вивчайте та співставляйте різні джерела.

1.7. Дата і час публікації.

Один із прийомів, яким користуються автори фейкових новин, – це видавання старих публікації за нові. Особливо часто це трапляється зараз – давні воєнні події видають за актуальні. Тож якщо в матеріалі є посилання на інші джерела, обов’язково проглядайте їх, звертаючи увагу на час публікації. Також можна скопіювати цитату з тексту і забити її в Google – можливо, вам видасть першоджерело і першу дату публікації.

Якщо мова йде про відео – звертайте увагу на пору року (чи відповідає реальній), на локацію, на мову, якою говорять люди. За допомогою Google Maps можна з’ясувати, чи дійсно відео знято там, де стверджує автор.

1.8. Містика і конспірологія.

Тут у вас не має бути жодних сумнівів: якщо автор звертається за експертною оцінкою до гадалок, тарологів, нумерологів, звинувачує у всьому масонів і так далі – це фейк, закривайте ту вкладку [19].

Ручіка Шарма на сайті «Agility PR Solutions», посилаючись на дослідження Університету Західного Онтаріо, зазначила про п'ять типів фейкових новин:

1. Навмисна омана.

Це новини, створені виключно для обману читачів. Вибори в США 2016 р. рясніли прикладами, які стверджували, що «знаменитість Х підтримала Дональда Трампа», хоча це було не так.

2. Жарти прийняті за чисту монету.

Гумористичні сайти, такі як The Onion або Daily Mash, публікують фейкові новини з метою висміювання ЗМІ. Проблеми можуть виникнути, коли читачі бачать історію поза контекстом і діляться нею з іншими.. Проблеми можуть виникнути, коли читачі бачать історію поза контекстом і діляться нею з іншими.

3. Масштабні містифікації.

Обман, про який потім добросовісно повідомляють авторитетні джерела новин.

4. Викривлене висвітлення реальних фактів.

Вибірково підібрані, але правдиві елементи історії, зібрані разом, щоб служити порядку денному. Одним із найпоширеніших прикладів цього є піар-повідомлення про науку або харчування, наприклад, «те, що ви вважали шкідливим для здоров'я, насправді корисне для вас».

5. Історії, де «правда» є спірною.

У питаннях, де зіштовхуються ідеології або думки – наприклад, у територіальних конфліктах – іноді не існує встановленої базової лінії для істини. Репортери можуть бути несвідомо заангажованими або сприйматися як такі [22].

За формою фейки поділяють на:

- фотофейки;
- відеофейки;
- тексти-фейки;
- акаунти вигаданих осіб у соціальних мережах.

Як бачимо, фейки можуть бути різноманітні і можуть існувати в усіх проявах інфопростору.

Якщо ж говорити про зміст, то, наприклад, BBC пропонують таку класифікацію:

- неправдиві новини, поширені навмисно;
- новини, які містять у собі правдиву інформацію, але не є цілком точними [23].

Тож, фейк і досі лишається в епіцентрі уваги багатьох науковців та дослідників, які намагаються вже не просто розкрити його ідентифікацію, а показати методи боротьби та протидії, презентувати маркери, які допоможуть швидше ідентифікувати їх. У сучасному медіапросторі фейки поширюються дуже швидко, що може призводити до негативних наслідків та результатів. Варто навчитися розпізнавати їх, аби не стати жертвою ворожої маніпуляцій.

### 1.2 Стратегії нейтралізації фейків у соціальних мережа

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали не лише платформою для комунікації, а й основним джерелом новин. Проте разом зі швидкістю зростання інформації зростає і загроза поширення фейків неправдивих повідомлень, фейків, які можуть вплинути на громадську думку, політичні процеси та соціальну стабільність. Виявлення та нейтралізація таких загроз є завданням як для окремих користувачів, так і для платформи, медіаекспертів та державних установ. Аналіз ефективних стратегій дозволяє окреслити шляхи підвищення інформаційної безпеки користувачів та формування критичного мислення.

«Соціальна мережа – це віртуальний майданчик, що забезпечує своїми засобами спілкування, підтримку, створення, розбудову, відображення та організацію соціальних контактів, зокрема і обмін даними між користувачами, який передбачає попереднє створення облікового запису» [7].

В. Шоляк пропонує класифікувати соціальні мережі за видами:

- Соціальні мережі для спілкування, до них відносяться: «Facebook» та інші. Цей вид один із перших запропонував персональний міні-сайт, який пізніше став відомий як профіль.

- Соціальні мережі для обміну медіа контентом. Цей вид дає широкі можливості для обміну відео і фото. До них відносяться «Instagram», «YouTube».

- Соціальні мережі для колективних переговорів. В основі цього виду лежить потреба в обміні знань. Представники: «Quora», «Reddit».

- Соціальні мережі для авторського запису. До даного виду відносяться сервіси для блогінга, де користувачі створюють та публікують текстово-медійний контент. Представники: «Blogger», «Twitter».

- Сервіси соціальних закладок – це сервіси, де користувач збирає в контент свою особисту бібліотеку, на яку можуть підписуватись інші учасники спілки. Представники «Pinterest», «Flipboard».

- Соціальні мережі по інтерсам. Даний вид дає можливість шукати однодумців та людей з схожими інтересами. Представники «Goodreads», «Friendster» [17].

Також він відзначає такі їх характеристики:

- полегшують комунікацію, даючи змогу залишатися на зв’язку з друзями та близькими навіть на великих відстанях;
- слугують майданчиком для обміну думками та інформацією, що сприяє поширенню знань;
- є важливим інструментом для самовираження, що особливо актуально для молоді;
- є потужним інструментом для бізнесу, надаючи можливості для росту та розширення [17].

А. Зіборова та О. Усманова, досліджуючи особливості контенту в соціальних мережах, підкреслюють, що ефективні публікації повинні бути лаконічними або містити посилання на повну версію матеріалу. Заголовки при цьому мають бути динамічними, емоційно виразними й інтригуючими. Авторки також звертають увагу на важливість достовірності поданої інформації, зручного інтерфейсу, візуальної привабливості та швидкого доступу до функціоналу платформи. На їхню думку, саме через соціальні мережі медіаконтент найшвидше досягає своєї аудиторії [13].

Основним каналом споживання інформації під час російсько-української війни лишаються соцмережі. Дослідження Громадянської мережі ОПОРА показало, що соціальні мережі досі тримають високі показники як джерело новин – їх використовують 73,4% українців. Втім, порівняно з минулим роком, їх популярність знизилася на 4,5%. На другому місці – інтернет (без соцмереж) із майже 60%. Помітно втратило авдиторію телебачення – звідти дізнаються новини 42,7%, що на 20% менше, ніж у 2023 році. Радіо (22%) та друковані медів (майже 12%) теж обирають дещо рідше: популярність першого знизилася на 11,7%, а другого – майже на 6% порівняно з 2023 роком [4] (рис. В.1).

Щодо світової політики, то вибір лідеру серед соціальних мереж тримає Facebook. За даними StatCounter [10], ТОП соціальних мереж у світі станом на січень 2025 року виглядають наступним чином:

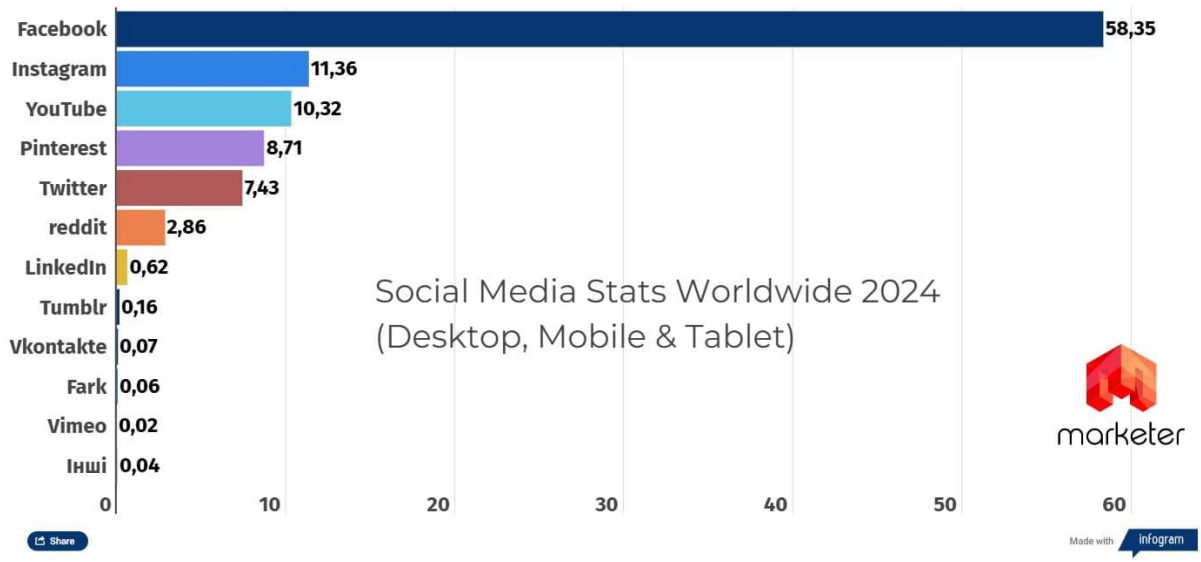



Рисунок 1.2.1 – ТОП соціальних мереж у світі станом на січень 2025 року

За даними Statista [9] найбільш використовувані соціальні мережі 2024 р., за кількістю користувачів є Facebook із показником понад 3 мільярди. Друге місце посідає YouTube (2,5 млрд), а далі йдуть Instagram і WhatsApp — по 2 мільярди кожен. Це свідчить про домінування екосистеми Meta у світовому інформаційному просторі (рис. В.2).

Окрім існуючих переваг соцмереж, наявні й ризики. Аби уберегти себе від загроз поширенню фейкових новин в соцмережах, видання The Huffington Post [20] склало перелік правил, як їх розпізнати:

- *читати більше, ніж заголовок.* Якщо проглянути новину до кінця, можна виявити, що заголовок ніяк не пов'язаний із текстом новини, або ж у ній немає жодних даних, які підтверджують її правдивість;
- *оцінити надійність джерела повідомлення – незнайомі сайти, заповнені оголошеннями та заголовками, написаними капслоком, повинні викликати скепсис.* Перевіряти через пошукові системи тексти, які були опубліковані раніше – це дасть уявлення про те, чи є джерело надійним, а також URL сторінок, які виглядають підозріло, аби переконатися в тому, що це не фальшивка, яка маскується під надійне джерело;
- *звертати увагу на дату публікації та час.* Поширений елемент фейкових новин – видавати старі публікації за нові. Якщо в новині є посилання на інші джерела, проглянути їх, звертаючи увагу на те, коли вони були опубліковані та як у них описується подія, особливо коли мова йде про час;
- *хто автор?* Ознайомитися із попередніми публікаціями автора – його бекграунд допоможе зрозуміти, дійсно автор є журналістом, чи не писав він фейкових статей до цього;
- *ознайомитись із джерелами, на які посилається новина.* Відсутність посилання або джерела, з яких були взяті ті чи інші заяви, є очевидним сигналом того, що пост, швидше за все, є фейком. Будь-які заяви або цитати посадовців мають бути підкріплені надійними джерелами;
- *звертати увагу на сумнівні цитати та фотографії.* Скептично ставитись до шокуючих або підозрілих цитат та опублікованих фотографій з місця подій;
- *не варто поширювати новини лише тому, що поділяєте точку зору автора або ж приймаєте одну зі сторін конфлікту;*

- *з'ясувати, що інші видання пишуть з цього приводу.* Якщо жодне інше надійне джерело не повідомляє про дані події, скоріше за все, новина є фейковою;
- *замислитись, перш ніж робити перепублікацію***.** Новинні сайти, які поширюють дезінформацію, працюють з розрахунку на те, що читаці будуть поширювати їх новини. https://cert.gov.ua/recommendation/30

Г. Скрута, І. Шкарупа, Г. Нікуліщев пропонують власні поради як уберегтися від фейкової інформації в соціальних мережах:

1. Реєструватися варто лише в тих соціальних мережах, які викликають довіру та мають надійні засоби аутентифікації і контролю доступу до особистих даних користувача, а не у всіх підряд.
2. Для входу в соцмережу рекомендується вводити її адресу вручну в адресний рядок браузера або користуватися заздалегідь збереженими посиланнями чи вкладками.
3. Якщо виникають сумніви щодо особи, яка надіслала запит на додавання в друзі, слід підтвердити її особистість через інші джерела перед прийняттям заявки.
4. Регулярна зміна паролів на всіх акаунтах є обов'язковою, при цьому краще використовувати унікальні паролі для кожного профілю, щоб у разі злому одного акаунту інші залишалися захищеними.
5. Варто пам'ятати, що інформація, розміщена в Інтернеті, ймовірно зберігається там назавжди, навіть якщо її видалили, оскільки інші користувачі можуть її зберегти або поширити.
6. Особливу обережність слід проявляти при переході за посиланнями, отриманими від інших користувачів, оскільки вони можуть бути частиною фішингових або фармінгових атак [8].

Сьогодні в часи інноваційних технологій, соцмережі використовують сучасні методи виявлення фейків. Optima Academy подає поради для ідентифікації неправдивої інформації та пропонує інструменти, що допомагають її перевірити [11]:

1. Шукайте в дописах мовні (текстові) маркери фейків. Це слова та фрази, що виражають лише припущення автора. Отже, інформація може бути неправдивою. Найрозповсюдженіші маркери: «кажуть», «подейкують», «заведено вважати», «стало відомо», «анонімне джерело повідомляє» тощо.

2. Ознайомтеся з профілем. Фейковий акаунт відрізняється неповними особистими даними (дивне ім'я, не вказана дата народження чи вигадане місце роботи). Також нереальні користувачі (боти) мають мало друзів або в них взагалі відсутні фоловери, доступ до дописів обмежений, мало вподобайок і коментарів.

3. Перевірте зображення. Щоб виявити підробку, достатньо придивитися до деталей: тіней, пропорцій та різкості різних елементів. Якщо в кадр потрапили номери авто, назви вулиць, вивіски магазинів, за ними легко визначити країну та місто, де було зроблено знімок. Для швидкого виявлення фейків перевіряйте унікальність фото за допомоги Google Image Search або TinEye. Ці інструменти дозволяють порівняти знайдені зображення, вказують дату їх появи в інтернеті.

Не менш важливим в період російської агресії є емоційний стан суспільства. Тому ризики для психіки в соцмережах також наявні:

- надмірне використання соціальних мереж може призвести до відчуття відокремленості від реального світу та близьких відносин;
- постійна доступність інформації в Інтернеті може перевантажити наші мозки та викликати почуття стресу та невпевненості;
- залежність від соціальних мереж може призвести до відчуття втрати контролю над своїм часом та життям, що може сприяти розвитку депресії;
- викладання особистих проблем та негативних емоцій у соціальних мережах може призвести до почуття незахищеності та стигматизації;
- соціальні мережі можуть стати місцем поширення негативних повідомлень та критики, що може призвести до почуття стресу та невпевненості [2].

Головною умовою убезпечити себе від неправдивої інформації в соціальних мережах є: критичне мислення, фактчек, підвищення інформаційної

грамотності. Освітні курси з медіаграмотності, кібергігієни, антифейкові ігри, грантові програми навчають ефективно протистояти інформаційним атакам і маніпуляціям, критично оцінювати все, що відбувається в інфопросторі та формують культуру безпечного використання цифрових технологій. Таким чином, лише комплексний підхід, що компенсує технологічні, освітні та правові механізми, дозволяє ефективно протистояти поширенню фейкової інформації в соцмережах.

# РОЗДІЛ 2
# СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

## 2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Проблема використання фейків у соціальних мережах і досі лишається актуальною в сучасному цифровому світі. Сучасний інформаційний простір кардинально змінився з появою соціальних мереж, які стали основним джерелом новин для мільйонів користувачів у всьому світі. Водночас зростає проблема поширення фейкових новин, що має серйозні наслідки як для окремих громадян, так і для суспільства загалом.

Фейки в соціальних мережах використовуються з різними цілями: політичними, економічними, соціальними та психологічними. Вони можуть впливати на суспільну думку, підривати довіру до офіційних джерел, провокувати паніку або формувати викривлене уявлення про події. Особливу загрозу дезінформація становить у кризові періоди, зокрема під час війн, коли швидкість розповсюдження фейків зростає в геометричній прогресії.

Щоб протидіяти фейковій навалі, вважаємо, що окрім освітніх кампаній, варто залучати інформаційні, одним із напрямків яких має бути представлені поради відомих експертів чи експерток з цього питання. Це допоможе ще раз акцентувати увагу на цій темі, подати рекомендації щодо ідентифікації фейку, реагувань на випадки їх поширення та спростування. Знані фактчекери та журналісти/журналістки користуються популярністю серед авдиторії, до них дослухаються, їхні думки рекомендують до вивчення та поширення. Вважаємо, що їхні постулати з цього питання допоможуть підвищити рівень обізнаності та захищеності.

Нашою метою було створення циклу матеріалів з метою розробки ефективних механізмів протидії фейковим новинам в соцмережах. Серед них ключову роль відіграють медіаграмотність, фактчекінг, використання спеціалізованих алгоритмів для виявлення маніпулятивного контенту.

Це 3 подкасти, в яких зібрані коментарі відомих фактчекерів, експертів та

експерток, журналістів/журналісток, які надають поради задля убезпечення суспільства від споживання та поширення фейку, зразки розвінчування неправдивої інформації, запропоновані правила їх ідентифікації в медіапросторі. Всі подкасти були записані на диктофон в телефоні, відредаговані у програмі «Audacity» та опубліковані на власній сторінці в SoundCloud: https://soundcloud.com/bbiyhroolbwy/tracks

Всі подкасти створені у форматі монологу, де я, як ведуча, самостійно, без співрозмовників, висвітлюю актуальну суспільну тему, переплітаючи її з особистими рефлексіями, життєвими прикладами та аналітичними міркуваннями.

Перший подкаст *«Фейки в соціальних мережах України»* розкриває принципи впливу фейків на суспільство, а також зупиняється на конкретних прикладах. Так, ми зазначаємо, що «Фейкові новини – це неправдива або викривлена інформація, яка поширюється з метою введення в оману. Іноді вона створюється для розваги, але частіше використовується для маніпуляцій, впливу на громадську думку чи навіть політичних і економічних вигод. Проблема у тому, що через швидкість поширення інформації в соціальних мережах люди часто не перевіряють її достовірність і можуть повірити в те, що насправді є вигадкою». У роботі ми використали думку *Ірини Жданюк*, авторки матеріалу «Правда чи фейк: Як розпізнати, що вас обманюють?», яка виокремила 3 платформи поширення неправдивої інформації. Відомий журналіст та медіакритик *Отар Довженко* наголошував, що в період війни неправдивої, неточної, перекрученої інформації стає в рази більше. Його поради щодо убезпечення від фейкових повідомлень стали важливими та актуальними в нашому подкасті.

Наступним повідомленням у подкасті став моніторинг соцмереж від «Детектор медіа» про ключові події 2024 та 2025 років, що стали платформою для фейків. Російські пропагандисти активно використовували дезу для впливу на громадську думку та створення розбрату серед населення. До аналізу увійшли фейки про мобілізацію, про підрив суверенітету у владних структурах, про вимкнення газу. На конкретних прикладах із соцмережах ми проаналізували

наративи фейків, їхні шаблони та наголосили на обережності щодо їх поширення. Кожен фейк був спростований та підкріплений фактами та аргументами медіачекерів.

До подкасту 1 ми додали фото, яке було згенероване за допомогою ШІ в GPT-чат.

Про те, які ключові українські ресурси спеціалізуються на перевірці фактів та аналізі дезінформації, їх функції та зразки спростування фейків із проросійських джерел, розповідає наш другий подкаст *«Руйнівники фейків»*. В ньому ми подаємо спектр дослідницьких центрів та ініціатив, які активно протидіють фейкам. Так, до цього переліку увійшли:

- українськиий проєкт із протидії фейкам, створений у 2014 році на базі Києво-Могилянської академії – StopFake. Команда журналістів, аналітиків та експертів аналізує російську дезінформацію, розбирає пропагандистські наративи та пояснює, як працюють маніпуляції в медіа.

-VoxCheck (Vox Ukraine). Це фактчек-підрозділ незалежного аналітичного центру Vox Ukraine. Проєкт перевіряє чи політики використовують коректні факти та правильний контекст та викриває брехню та маніпуляції.

- аналітичний центр Detector Media, який підтримує демократичні цінності в журналістському середовищі, обстоює дотримання професійних стандартів в українських засобах масової інформації та аналізує якість їхнього контенту. Місією «ДМ» є сприяння становлення демократичних, вільних та професійних медіа в Україні і формування критичного вдумливого та обізнаного медіаспоживача.

-Центр протидії дезінформації при РНБО, який забезпечує здійснення заходів щодо протидії поточним і прогнозованим загрозам національній безпеці та національним інтересам України в інформаційній сфері, забезпечення інформаційної безпеки України, виявлення та протидії дезінформації, ефективної протидії пропаганді, деструктивним інформаційним впливам і кампаніям, запобігання спробам маніпулювання громадською думкою.

- незалежна неприбуткова громадська організація Інститут масової інформації (IMI), яка з 1996 року займається моніторингом свободи слова, аналізом медійного ринку та боротьбою з дезінформацією. Її місією є будівництво якісного та незалежного інформаційного простору.

Насамкінець, ми підсумовуємо функції та завдання цих платформ, надаємо власні рекомендації щодо поширення новин та важливість перевірки контенту тієї чи іншої інформації в соцмережах.

До подкасту 2 ми також долучили фото, що було згенероване за допомогою ШІ в GPT-чат, і відповідає темі матеріалу.

Останній мій подкаст *«Антидот до фейку»* репрезентує корисні поради від відомих експертів та експерток, журналістів та журналісток та фактчекерів щодо того, як уберегти себе від фейкової навали в соціальних мережах. Важливими для мене були поради від відомої команди фактчекерів *StopFake***.** Тому не використати їх у своєму подкасті я не могла. В одному із матеріалів вони відзначили про те, що дуже часто застарілі фото чи відео використовують під новим соусом та в новому контексті задля поширення фейкових повідомлень. У таких випадках, команда радить «завжди дивись дату публікації. Старі новини можуть видавати за актуальні. Шукати пояснення в коментарях або реакціях експертів. Перевіряти, чи немає спростувань у фактчекерських ресурсах».

Якщо хтось став жертвою фейку, тоді в подальшому варто користуватися інструментами для перевірки інформації. Директорка Центру медіааналітики «Cyber Media Track» *Анастасія Кондрико* надала перелік безкоштовних інструментів, які допоможуть перевірити фото, відео. Тому її думка була також врахована і використана в моєму фінальному подкасті.

*Центр протидії дезінформації при РНБО* дають власні поради щодо того, як треба поводитися з анонімними Telegram-каналами. Варто зауважити, що вони акцентують увагу на періоді повномасштабного вторгнення, коли росія продовжила активно використовувати анонімні соцмережі для поширення фейків. Кроки щодо виявлення цих каналів озвучено в моєму подкасті. Звісно,

перелік порад можуть стати в нагоді всім тим, хто потрапив у пастку російської дези і в подальшому прагнуть цього уникати.

На завершення подкасту я додала поради від *Оксани Романюк*, директорки IMI. На що варто в першу чергу звертати увагу, коли читаєш новину, які маркери стають головними, коли ідентифікуєш фейк, яка частина тексту може ввести в оману – саме на ці запитання надає відповіді пані Оксана.

Наш матеріал ще раз наголосив на проблемі використання та поширення фейків, які поширилися в період війни з Росією, стали викликом як для журналістів та журналісток, так і працівників медіа. Тому вважаємо, що наші подкасти є актуальними, сприятимуть кращому розумінню феномену дезінформації в цифрову епоху та сприятимуть розробці практичних рекомендацій для формування критичного мислення серед користувачів соціальних мереж.

### 2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Мої матеріали розраховані на аудиторію різної вікової категорії, вони будуть цікаві як і молоді, так і людям старшого віку. Віковий діапазон аудиторії можна розпочати із 14 років і старше 75 років. Це говорить про те, що мій проєкт є універсальним і знаковий для широкої аудиторії.

Враховувати стать для проєкту не бачу необхідності, адже він може бути корисним як для чоловічої аудиторії, так і для жіночої. Проєкт має на меті протидіяти зростанню фейкових новин, підвищити зацікавлення суспільства до теми розповсюдження неправдивої інформації в соціальних мережах та в інтернеті під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Наразі українці отримують безліч фейкових повідомлень. В інтернеті кожен день вони можуть стикатися з різного роду дезою, маніпуляцією, які постійно розповсюджує Росія. Тому українське суспільство має розпізнавати такого роду фейкові повідомлення та дезінформацію від ворога, перевіряти отриману інформацію та знати правила протидії.

Вважаємо, тема є актуальна не лише журналістам чи медіапрацівникам,

але й користувачам соціальних мереж, які для отримання новин, використовують саме ці канали зв’язку.

Територіальні межі проєкту є широкими, охоплюють всю територію України та країн світу. Це дає можливість всім зацікавленим, незалежно від їхнього місця проживання, мати доступ до інформаційних продуктів та вивчати їх із різних куточків світу.

Творчий проєкт має на меті просвітити суспільство, пропагувати способи ідентифікації та нейтралізації фейку в інфорпросторі. Проєкт ставить за мету – пояснити, що таке фейк, його вплив на суспільство і кроки протидії.

### 2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Для виконання свого проєкту я створила три подкасти. Намагалася ставити на перший план чіткість та зрозумілість, долучала думки відомих експертів/експерток, фактчекерів, журналістів/журналісток з цього питання. Їхня авторитетність мала звернути увагу суспільства на тему поширення, ідентифікації та протидії фейку.

Подкасти записані у чіткій якості звуку, що надасть можливість комфортному прослуховуванню. Перший випуск подкасту триває 10 хвилин, другий – 9 хв., а третій – 7 хвилин. Гадаю, що така тривалість відповідає оптимальному часу для утримання слухацької уваги.

У кожному матеріалі надано спектр порад від фахівців, на прикладах продеменстровано маркери фейку і, звісно, долучено перелік проблем, з якими стикаються ті, хто зазнали впливу від фейку. Вибір тем обумовлений актуальністю їх в інформаційному просторі та обговорюваністю подій та явищ, на фоні яких вони виникали. Тому, я намагалась надати повну картину ситуації та вкотре наголосити на цій проблемі.

### 2.4. Особливості оформлення проєкту

При створенні проєкту я приділяла значну увагу текстовим елементам, думкам медіачекерам, фахівцям, журналістам та журналісткам. Кожен матеріал

мав схожу структуру та всі вони були створені у єдиному форматі – подкасту.

Попри початкові обмеження та виклики, я доклала максимальні зусилля для ефективного використання наявних ресурсів. У результаті роботи мої подкасти були підкріплені джерелами інформації, які вирізняються цілісністю, стилістичною єдністю та достовірністю.

До кожного матеріалу я склала сценарій, в якому містилися привітання, вступ до теми, основний виклад, прощання. Це структурувало матеріал та допомагало утримувати увагу слухачів. Підготовка проєкту потребувала ретельної роботи з голосом та редагуванням.

Для підсилення емоційного впливу розповідей та створення відповідного настрою я застосовувала звукові ефекти. На початку кожного випуску звучав джингл – коротка музична заставка, що надає подкасту впізнаваності та стилістичної цілісності. Фонова музика допомагала формувати потрібну атмосферу, залишаючись непримусовою та не відволікаючи від основної теми.

Усі аудіозаписи я намагалась ретельно відредагувати: усунула технічні огріхи та надмірні паузи. Основною моєю місією було зберегти природність викладу, дотримуючись логіки та чіткості подачі інформації.

Моє оформлення проєкту передбачало уважність до деталей, створення належної атмосфери, збереження точності цитат експертів та експерток, а також структурованість та цікавість для аудиторії.

### 2.5. Технічні і програмні засоби

Для реалізації власного проєкту я спершу створила сценарії для подкастів, після їхньої перевірки моїм керівником, я внесла певні зміни та доповнення і вже остаточний варіант записала на аудіопристрій. Для запису подкастів я користувалася звичайним диктофоном на власному телефоні. Для забезпечення якісного процесу запису, обробки подкастів я використала програму «Audacity», яка має широкий набір функцій для редагування звуку.

У цій програмі я очистила записи від шумів, вирівняла рівень гучності, вирізала зайві паузи. Завдяки цій програмі я також додала джингли, звукові

ефекти та фонову музику, що дозволяло передати атмосферу кожного епізоду відповідно до його змісту.

Вважаю, що мені вдалося досягти високої якості аудіо. Завдяки використанню тнхнічного обладнання та програмного забезпечення, я створила професійний продукт, який відповідає запитам слухачів та слухачок і забезпечує легкий доступ до контенту.

### 2.6. Зв'язок із творчим доробком

У рамках творчого проєкту я підготувала три подкасти які доступні до прослуховування на платформі SoundCloud.

Цей проєкт став важливим етапом мого творчого зростання та демонструє навички, які я набула під час проходження практики в університеті. У ньому відображено мою здатність критично аналізувати інформацію та представляти її у доступній формі. Працюючи над данним проєктом я значно покращила техніку аудіомонтажу та начитування текстів. Ознайомлення з принципом роботи над дикцією, інтонаційною виразністю та передачею емоційного наповнення, дало мені змогу краще донести зміст та атмосферу матеріалів.

Протягом навчання на факультеті журналістики, я створила 19 власних інформаційних продукта. Практику я проходила в різних медіа, практичний досвід я здобувала в: Інформаційному порталі «Пороги», Молодіжне інтернет-радіо «Universe», Прес-служба ЗНУ, Новинний портал «Ipnews».

Під час проходження практики в цих медіа я здобула цінний досвід, навчилась швидко реагувати на інформаційні приводи, готувати матеріали різних жанрів, працювати з джерелами інформації та дотримуватись журналістських стандартів. Я опанувала вміння перевіряти інформацію з різних джерел, відрізняти достовірні факти від фейкових новин та критично оцінювати контент. Кожне з місць практики дало мені унікальний досвід і допомогло сформувати професійне бачення журналістської діяльності.

# ВИСНОВКИ

Аналіз теоретичних праць українських науковців засвідчив, що поняття «фейк» є багатогранним явищем, яке охоплює свідомо неправдиву інформацію, маніпулятивний контент, дезінформаційні кампанії та конспірологічні теорії. В українському медіапросторі фейкові новини часто використовуються як інструмент інформаційної війни та пропаганди, що підтверджують дослідження медіаекспертів та фактчекерських організацій.

Виокремивши основні фактори поширення фейкового контенту в соціальних мережах, з'ясували, що до них входить:

- висока швидкість розповсюдження інформації без перевірки достовірності;
- вірусний характер контенту, що провокує емоційні реакції;
- алгоритмічні особливості соцмереж, які сприяють «інформаційним бульбашкам»;
- використання ботоферм та штучного нарощування охоплення.

Також визначено ключові ознаки фейків, зокрема: відсутність першоджерела, маніпулятивні заголовки, надмірне емоційне забарвлення, викривлені або неправдиві факти.

Дослідження соціальних мереж показало, що різні платформи мають специфічні механізми поширення інформації та унікальні ризики дезінформації. Наприклад, Facebook та Instagram сприяють широкому поширенню фейків через візуальний контент, Twitter є платформою для інформаційних вкидів, а Telegram став одним із основних каналів дезінформації через анонімність адміністраторів.

Огляд сучасних методів боротьби з фейками дозволив узагальнити рекомендації фахівців щодо протидії дезінформації. Серед ефективних стратегій: фактчекінг і використання перевірених джерел, критичний підхід до новинного контенту, перевірка фото та відео, підвищення рівня медіаграмотності серед користувачів через освітні ініціативи.

Практичним результатом дослідження стало створення трьох подкастів на тему боротьби з фейками у соціальних мережах, які доступні до прослуховування на платформі SoundCloud. Всі подкасти створені у форматі монологу, де я, як ведуча, самостійно, без співрозмовників, висвітлюю актуальну суспільну тему, переплітаючи її з особистими рефлексіями, життєвими прикладами та аналітичними міркуваннями.

Перший подкаст «Фейки в соціальних мережах України» розкриває принципи впливу фейків на суспільство, а також зупиняється на конкретних прикладах. У роботі ми використали думки Ірини Жданюк, авторки матеріалу «Правда чи фейк: Як розпізнати, що вас обманюють?», яка виокремила 3 платформи поширення неправдивої інформації, Отара Довженка, журналіста та медіакритика, який наголошував, що в період війни неправдивої, неточної, перекрученої інформації стає в рази більше. Його поради щодо убезпечення від фейкових повідомлень стали важливими та актуальними в нашому подкасті. Також на конкретних прикладах із соцмереж ми проаналізували наративи фейків, їхні шаблони та наголосили на обережності щодо їх поширення.

Про те, які ключові українські ресурси спеціалізуються на перевірці фактів та аналізі дезінформації, їх функції та зразки спростування фейків із проросійських джерел, розповідає наш другий подкаст «Руйнівники фейків». В ньому ми подаємо спектр дослідницьких центрів та ініціатив, які активно протидіють фейкам (StopFake, IMI, Detector Media), також репрезентували власні приклади з життєвого досвіду, які показали, що пост в із соцмереж, який не має джерел, мусить викликати, як мінімум, сумніви та запитання.

Останній мій подкаст «Антидот до фейку» репрезентує корисні поради від відомих експертів та експерток, журналістів та журналісток та фактчекерів щодо того, як уберегти себе від фейкової навали в соціальних мережах. Думки Оксани Романюк, Юлії Дячук були враховані і використані в моєму фінальному подкасті.

До кожного подкасту ми долучили фото, що було згенероване за допомогою ШІ в GPT-чат, і відповідало темі матеріалу.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Булгаков А. "Фейк" по-вінницьки: залишилося вивчити значення слова. URL: https://imi.org.ua/blogs/fejk-po-vinnytsky-zalyshylos-vyvchyty-znachennya-slova-i51534 (дата звернення: 17.01.2025).

2. Вплив соціальних мереж та Інтернету на ризик розвитку депресії та стресу. URL: https://psyhologist.com.ua/yak-sotsialni-merezhi-ta-internet-vplivayut-na-rizik-rozvitku-depresii-ta-stresu (дата звернення: 10.12.2024).

3. Життя у смартфоні. Як українці користувалися медіа й соцмережами 2024 року – дослідження USAID / Internews (доповнено). URL: https://surl.li/jpkfsx (дата звернення: 23.12.2024).

4. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни – дослідження. URL: https://surli.cc/vuyrlm (дата звернення: 10.11.2024).

5. Мій персональний фейк. URL: https://shotam.info/miy-personalnyy-feyk/ (дата звернення: 02.12.2024).

6. Омельчук Ю. Фейкові новини в україно- та англомовному медіапросторі. *Діалог мов – діалог культур. Україна і світ*. Випуск 2016. Мюнхен : Verlag readbox unipress Open Publishing LMU, 2017. С. 113-120.

7. Паршуков С. Роль соціальних мереж у навчальному процесі. URL: http:// informatika.udpu.org.ua/?page_id=1207.4 (дата звернення: 10.01.2024).

8. Скрута Г.В., Шкарупа І.В., Нікуліщев Г.І. Забезпечення інформаційної безпеки у соціальних мережах. URL: https://surl.lu/scnakx (дата звернення: 12.12.2024).

9. Соціальні мережі 2024: рейтинг найпопулярніших платформ в Україні та світі, статистика і тренди. URL: https://surl.li/xnptkn (дата звернення: 16.01.2025).

10. Статистика соціальних мереж у всьому світі – січень 2025 р. URL: https://gs.statcounter.com/social-media-stats (дата звернення: 02.02.2025).

11. Сучасні методи виявлення фейків у соціальних мережах. URL: https://optima.study/blog/suchasni-metodi-viyavlennya-feykiv-u-socialnih-merezhah

(дата звернення: 01.02.2025).

12. Турчин А. Класифікація соціальних мереж. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/84825408 (дата звернення: 07.01.2025).

13. Усманова О., Зіборова А. Соціальні мережі – платформа для роботи регіонального телеканалу під час війни. *Молодий вчений*. № 1 (113). 2023. С. 56–59.

14. Фейк, маніпуляція і пропаганда: як розрізнити? URL: https://hromadske.radio/podcasts/myslennia-bazova-funktsiia/feyk-manipuliatsiia-i-propahanda-iak-rozriznyty (дата звернення: 06.12.2024).

15. Через воєнний стан в Україні збільшилася кількість російських «фейків» та «вкидів» – Міноборони. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/news-minoborony-russia-informaziyna-viyna/29626199.html (дата звернення: 03.01.2024).

16. Школа критичного мислення від четвертого брата. Урок 5: Фейк, діпфейк і сестра їхня маніпуляція. URL: https://uchoose.uacrisis.org/urok5/ (дата звернення: 15.11.2024).

17. Шоляк В. ТОП соціальних мереж. *Wizeclub*. 6 листопада 2023. URL: https://wizeclub.education/blog/top-sotsialnih-merezh/ (дата звернення: 12.02.2025).

18. Як визначити та зловити фейк? URL: https://imi.org.ua/advices/yak-vyznachyty-ta-zlovyty-fejk-i2388 (дата звернення: 11.01.2025).

19. Як розпізнати фейки в інтернеті та протидіяти їм. URL: https://pokrovska-gromada.gov.ua/news/1706188029/ (дата звернення: 10.02.2025).

20. Як розпізнати фейк? – правила The Huffington Post. URL: https://cert.gov.ua/recommendation/30 (дата звернення: 11.01.2025).

21. Putin has new cyber-tools that threaten democracy, Ukraine warns. URL: https://surl.li/zixvfz (last accessed: 23.01.2025).

22. Ruchika Sharma Media trends: Inside publishers' battle against fake news. URL: https://surl.li/vpxawm ( last accessed: 11.12.2024).

23. Fake news: What is it? And how to spot it. URL: https://www.bbc.co.uk/newsround/38906931 (last accessed: 14.01.2025).

# ДОДАТОК А
# СЦЕНАРІЇ ДО ПОДКАСТІВ

## Випуск 1
## Фейки в соціальних мережах України

*Усім привіт! З вами я, Дар'я і мій перший спеціальний випуск подкасту «Фейк під контролем» присвячений поширенню фейкової інформації в соцмережах. Протягом трьох випусків ми поговоримо про зразки фейків, які поширює російська пропаганда, розглянемо поради експертів та експерток, як не потрапити на гачок дези, познайомимось із організаціями, які сприяють підвищенню рівня медіаграмотності та спростовують неправдиву інформацію.*

Фейки, маніпуляції, дезінформація – усе це вже стало частиною нашого цифрового життя. Як вони з'являються, чому так швидко розлітаються і як нам навчитися їх розпізнавати? Давайте розбиратися разом!

Що таке фейкова інформація і чому вона небезпечна?

Фейкові новини – це неправдива або викривлена інформація, яка поширюється з метою введення в оману. Іноді вона створюється для розваги, але частіше використовується для маніпуляцій, впливу на громадську думку чи навіть політичних і економічних вигод. Проблема у тому, що через швидкість поширення інформації в соціальних мережах люди часто не перевіряють її достовірність і можуть повірити в те, що насправді є вигадкою.

Як соцмережі сприяють поширенню фейків?

**Ірина Жданюк**, авторка матеріалу «Правда чи фейк: Як розпізнати, що вас обманюють?» виокремлює 3 платформи поширення неправдивої інформації. А саме:

1. Соціальні мережі. Більшість дезінформації поширюється саме через соцмережі. Алгоритми соціальних платформ сприяють швидкому поширенню емоційно забарвленого контенту, тому фейкові новини, які викликають сильні емоції, розлітаються мережею, як вірус.

2. Ботоферми та тролі. Ботоферми – це групи автоматизованих акаунтів, які масово поширюють певні наративи. Тролі ж працюють більш індивідуально, втручаючись у дискусії та намагаючись підірвати довіру до достовірних джерел.

3. Фальшиві медіа. Сайти, які видають себе за новинні платформи, насправді є інструментом для поширення дезінформації. Такі медіа маніпулюють даними, створюючи псевдоаналітичні матеріали.

Український журналіст та медіакритик **Отар Довженко** наголошував, що неправдивої, неточної, перекрученої інформації дуже багато – і в мирний час, а під час війни й поготів. Лише частина неправди в медіапросторі є цілеспрямованою дезінформацією, яку запускають росіяни. І не завжди ті, хто поширюють неправдиві новини, роблять це свідомо. Якщо у вас є вибір, звісно, варто обирати насамперед ті джерела інформації, які перевіряють факти, не публікують непідтверджених новин або «патріотичних фейків». Однією із його порад, як убезпечити себе від фейкових повідомлень так це викреслити зі свого інформаційного меню джерела, які брешуть чи маніпулюють свідомо.

Сьогодні ми промоніторимо соцмережі і згадаємо ключові події 2024 та 2025 років, що стали платформою для фейків. Російські пропагандисти активно використовують дезінформацію для впливу на громадську думку та створення розбрату серед населення.

Тема мобілізації стала топовою минулого року, адже у травні 2024 року почав діяти оновлений закон про мобілізацію в Україні, що зобов'язав чоловіків віком від 18 до 60 років оновити свої військово-облікові дані до 16 липня. На основі моніторингу від Детектор медіа, було зафіксовано масу маніпуляцій, дезінформації та фейків з цієї теми від російських пропагандистських каналів. Як зауважує журналіст цього інтернет-видання Віталій Михайлів, у січні пропагандисти поширили дезінформацію, що мобілізація потрібна для «винищення

російськомовних зі сходу та півдня України». Потім – що в Україні не оголошували «стан війни», щоб не мобілізувати народних депутатів або як обласні ТЦК розсилають повістки через платформу «Дія». Мета таких вкидів була в тому, щоб зірвати мобілізаційний процес в Україні та демотивувати українців долучатися до лав війська.

Не оминули увагою «ДМ» і фейки про примусову мобілізацію всіх українців: дітей, жінок, студентів денної форми навчання та пенсіонерів. Так, наприклад, російський TG-канал «Шейх Тамир» написав: «В Україні розпочали мобілізацію студентів. У Чернівецькому національному університеті всім напрямам, пов'язаним зі спортом, старости надіслали «анкети» від військкоматів і повідомили, що квоти на призов уже розподілені». Російські TG-канали навіть запостили листівки, що нібито з'явилися в Україні із закликами до людей похилого віку мобілізуватися до ЗСУ. Такі «агітки» начебто почали з'являтися у Києві.




Рисунок. А.1 – Скриншот із соцмереж про нібито агітацію до мобілізації людей похилого віку

Ворожі ресурси поширювали також фото «агітаційних листівок» із зображенням Президента В. Зеленського та тодішнього Головнокомандувача ЗСУ В. Залужного, які нібито почали отримувати жителі українських міст у своїх поштових скриньках. В «агітках» українців закликають зробити «правильний вибір». Центр протидії дезінформації застеріг, що так звані листівки – це черговий фейк російської пропаганди, який вона створила та розповсюджує в рамках своєї ІПсО про нібито розкол між Президентом України В. Зеленським та вищим військовим керівництвом.

Тема мобілізації чи правомірності дій окремих представників ТЦК – актуальна, обговорюється в суспільстві, тому це ґрунт для фейків.

Погоджуємося з думкою «ДМ», що такі вкиди спрямовані на викривлення реальної ситуації з мобілізацією в Україні, поширення паніки серед суспільства та заохочення представників цих соціальних категорій виїжджати за кордон, «поки не пізно». Зрештою, росіяни відмовляють українців від мобілізації, залякуючи фейками про загибель мобілізованих «за кілька днів». Мовляв, як тільки людина мобілізується – її відразу ж нібито чекає неминуча смерть.

Ще серія фейків почала ширитися на початку 2025 року. Зранку 15 січня почали з'являтися графіки відключення газу, які Нафтогаз України нібито змушений був запровадити через масовані обстріли росіян. В соцмережах можна було прочитати зміст наступного характеру: «Кацапи розбили значну частину газопостачання по всій країні, на її ремонт піде не

один тиждень, тому ми вимушені ввести графіки на газ» або ж «Через ранкову атаку пошкоджено газові сховища, великий витік газу, очікується нестача для населення!».

І справді, 15 січня 2025 року росіяни завдали ударів по українській газовій інфраструктурі, проте «Нафтогаз» в той же день повідомили, що їхні підприємства працюють у штатному режимі та безперебійно постачають газ українцям. У компанії не повідомляли про введення графіків відключення газу.

До речі, тема вимкнення газу є частою для дези в соцмережах. Актуалізувалася вона і на початку січня, коли було оголошено, що «1 січня газотранспортна система України працює в режимі відсутності транзиту російського газу». Фейки зі смяттярок активно заполонили простір. Нафтогаз відразу спростував подібного роду інформації: «Підприємства Групи Нафтогаз працюють в штатному режимі, забезпечуючи видобуток, зберігання та постачання газу всім групам споживачів. Інформація про можливе введення графіків відключень газу не відповідає дійсності. Будь ласка, зберігайте пильність та довіряйте виняткова офіційним джерелам інформації».

Фейки були і будуть, але ми можемо навчитися їм протистояти. В епоху цифрових технологій кожен з нас несе відповідальність за те, що читає і поширює.

*Залишайтесь свідомими та не давайте фейкам шансів!*

*Дякую, що були зі мною! Якщо вам сподобався випуск, підписуйтесь на подкаст, залишайте коментарі та діліться з друзями.*

*Це був подкаст «Фейк під контролем» і я його ведуча Дар'я.*




Рисунок. А.2 – Фото до подкасту 1 «**Фейки в соціальних мережах України**»: ілюстрація створена за допомогою ШІ в GPT-чат

## Випуск 2
## Руйнівники фейків

*Усім привіт! З вами я, Дар'я і мій другий випуск подкасту «Фейк під контролем» присвячений поширенню фейкової інформації в соцмережах.*

Можливо, ви скажете: «Та ну, я ж розумна людина, мене не так легко обдурити». Але от у чому іронія – ніхто не застрахований від цих пасток. Нещодавно в соцмережах опублікувала навмисно фейкову інформацію: «У школах Запоріжжя масово продовжують проводити уроки російською мовою». Вона була з емоційною фотографією та згодом і десятками коментарів. Люди обурювались, ділились, писали «як таке може бути?!». Але... жодного посилання на джерело, жодного підтвердження. Просто вкинутий контент – і все. І ось ми вже обговорюємо проблему, якої насправді **не існує**. Інформацію варто первіряти, тому сьогодні я познайомлю

вас із ключовими українськими ресурсами, які спеціалізуються на перевірці фактів та аналізі дезінформації.

Один із перших українських проєктів із протидії фейкам, створений у 2014 році на базі Києво-Могилянської академії став StopFake. Команда журналістів, аналітиків та експертів аналізує російську дезінформацію, розбирає пропагандистські наративи та пояснює, як працюють маніпуляції в медіа.

До його функцій входить:

- Розвінчування фейкових новин.
- Аналіз медійних маніпуляцій.
- Дослідження інформаційної війни Росії.
- Освітні матеріали з медіаграмотності.

Зразки спростування фейків із проросійських джерел:

Фейк: Дедалі більше українських військових після повернення з фронту стають убивцями та ґвалтівниками.

Фейк: Військовослужбовці ЗСУ виставили на торги два БТР

Фейк: Зеленський за 14 мільйонів євро придбав будинок, що належав нацистській партії Німеччини

Фейк: USAID фінансувало створення біолабораторій на території України – Bloomberg

Фейк: У Києві вітали блогера, який ходив вулицями в образі Гітлера

Ще однією платформою, про яку варто згадати, це VoxCheck (Vox Ukraine). Це фактчек-підрозділ незалежного аналітичного центру Vox Ukraine. Проєкт перевіряє чи політики використовують коректні факти та правильний контекст. Викривають брехню та маніпуляції.

Функції:

- Фактчекінг висловлювань політиків.
- Розбір популярних фейків та маніпуляцій.
- Оцінка законопроєктів та реформ.
- Освіта з критичного мислення.

Зразки спростування:

ФЕЙК: Сильвестр Сталлоне розповів про гру, де потрібно бити Володимира Зеленського

ВІДЕОФЕЙК: Дмитро Кулеба заявив, що Європа неправильно вводила санкції проти рф

НЕПРАВДА: США передали Україні ядерну зброю, але забрали її після погроз росії

ФОТОФЕЙК: Джо Байдена внесли до бази даних «Миротворця»

Не можливо оминути і потужний аналітичний центр Detector Media. розділі «Редакційні принципи» вони зазначають: Громадська організація «Детектор медіа» (до 2014 року – ГО «Телекритика») підтримує демократичні цінності в журналістському середовищі, обстоює дотримання професійних стандартів в українських засобах масової інформації та аналізує якість їхнього контенту. Це зобов'язує працівників усіх видань і проєктів ГО «Детектор медіа» особливо ретельно дотримуватись етичного кодексу та стандартів журналістської професії.

Місія «ДМ» – сприяти становленню демократичних, вільних та професійних медіа в Україні і формуванню критичного вдумливого та обізнаного медіаспоживача. Колектив «ДМ» поділяє принципи та цінності, закладені в Етичному кодексі українського журналіста, хоча залишає за своїми працівниками право самостійно вирішувати, чи підписувати цей документ, і дискутувати про зміст та особливості його застосування.

До функцій можна перелічити:

- Моніторинг дезінформації в медіа
- Аналітика щодо медіаграмотності
- Дослідження інформаційних кампаній

Зразки спростування:

Спецпроєкт: Аналіз соціальних мереж

Медіачек, де розглядають скарги щодо матеріалів ЗМІ на предмет можливих порушень законодавства («Про телебачення і радіомовлення», «Про пресу», «Про інформаційні агентства», Цивільного кодексу України та ін.), а також базових професійних стандартів журналістики (достовірності, балансу точок зору, відділення фактів від коментарів, повноти) та журналістської етики.

«Ньюспалм» – антирейтинг фейків, маніпуляцій, ганьби, зради, та фейспалмів із життя українських засобів масової інформації від «Детектора Медіа».

Ще одна платформа, з якою хочу познайомити, це Центр протидії дезінформації при РНБО. Центр забезпечує здійснення заходів щодо протидії поточним і прогнозованим загрозам національній безпеці та національним інтересам України в інформаційній сфері, забезпечення інформаційної безпеки України, виявлення та протидії дезінформації, ефективної протидії пропаганді, деструктивним інформаційним впливам і кампаніям, запобігання спробам маніпулювання громадською думкою.

До функцій можна включити:

- Моніторинг та викриття дезінформації
- Аналіз пропагандистських наративів
- Освітні програми з інформаційної безпеки

Зразки спростування:

Фейкове відео про мобілізацію в Україні
росіяни розганяють страшилку про українську ГТС
Як ru-пропаганда генерує фейки про події у курській області
Про що свідчать пропагандистські заяви путіна у валдаї

Інститут масової інформації (ІМІ) – незалежна неприбуткова громадська організація, яка з 1996 року займається моніторингом свободи слова, аналізом медійного ринку та боротьбою з дезінформацією. Місією ІМІ є будівництво якісного та незалежного інформаційного простору.

ІМІ готує моніторинги та аналітику у сфері свободи вираження поглядів, етичних стандартів журналістики, стандартів журналістських розслідувань, медіазаконодавства, гендерного балансу в медіа, дезінформації та різних типів аналізу контенту.

До її функцій входить:

- Дослідження пропаганди та медійних загроз
- Фактчекінг у воєнний час
- Захист журналістів та свободи слова

**Рубрики:**

Фейки і наративи
Дослідження контенту
Дослідження професійних стандартів

Якщо ще у когось із вас, мої слухачі та слухачки, виникає запитання «Чому важливо перевіряти інформацію?», то тут важливі такі тези:

- Росія активно використовує фейки для інформаційних атак на Україну.
- Соцмережі заповнені маніпуляціями, які можуть впливати на громадську думку.
- Медіаграмотність допомагає уникнути паніки та дезінформації.
- Критичне мислення дозволяє відрізняти факти від вигадок.

Моя вам порада: перш ніж поширювати новину, перевіряйте її на ресурсах, про які щойно згадала або аналізуйте за критеріями:

- Чи є першоджерело?
- Чи подано факти без емоційного забарвлення?
- Чи публікують цю новину інші надійні медіа?

*Залишайтеся інформованими та не давайте фейкам шансів!*

*Дякую, що були зі мною! Якщо вам сподобався випуск, підписуйтесь на подкаст, залишайте коментарі та діліться з друзями.*

*Це був подкаст «Фейк під контролем» і я його ведуча Дар'я.*



Рисунок. А.3 – Фото до подкасту 2 **«Руйнівники фейків»:** ілюстрація створена за допомогою ШІ в GPT-чат

**Випуск 3**
**Антидот до фейку**

*Усім привіт! З вами я, Дар'я і мій фінальний випуск подкасту «Фейк під контролем» присвячений поширенню фейкової інформації в соцмережах.*

Промоніторивши медіа, я звернула увагу на корисні поради від відомих експертів та експерток, журналістів та журналісток та фактчекерів щодо того, як уберегти себе від фейкової навали в соціальних мережах. Тому сьогодні послухаєте і, сподіваюсь, візьмете до уваги цей спектр порад.

Тож, поїхали:

**1. Перевіряй першоджерело**

*Порада від Альони Романюк, авторки «По той бік новин»:*

«Якщо новина вас шокує або викликає сильні емоції – перевір її. Маніпулятори часто використовують саме такі матеріали, щоб вплинути на людей».

Що робити?

- Переглянь, хто опублікував інформацію: офіційне медіа чи анонімний Telegram-канал.
- Перевір, чи є ця новина на сайтах відомих ЗМІ.
- Якщо джерело сумнівне – знайди підтвердження з кількох надійних ресурсів.

**2. Аналізуй заголовок і текст**

*Порада від Максима Скубенка, головного редактора VoxCheck:*

«Фейки часто використовують клікбейтні заголовки, написані капслоком, із великою кількістю знаків оклику».

Що робити?

Якщо заголовок кричущий – прочитай всю статтю, а не лише його.

Якщо в тексті багато емоційних фраз типу *«ЦЕ ШОК!», «ВСІ МОВЧАТЬ!»*, варто насторожитися.

Уникай контенту, який закликає негайно реагувати або ділитися новиною без перевірки.

**3. Звертай увагу на дату і контекст**

*Порада від команди StopFake:*

«Старі фото чи відео часто використовуються в новому контексті для створення фейкових новин».

Що робити?

Завжди дивись дату публікації. Старі новини можуть видавати за актуальні.

Шукай пояснення в коментарях або реакціях експертів.

Перевіряй, чи немає спростувань у фактчекерських ресурсах.

**4. Використовуй інструменти для перевірки інформації**

*Порада від Юлії Дячук, медіаекспертки «Детектор медіа»:*

«Є багато безкоштовних інструментів, які допоможуть перевірити фото, відео та новини».

Що робити?

**Перевірка зображень:**

- Google Reverse Image – для пошуку оригінального джерела фото.
- TinEye – визначає, чи використовували зображення раніше.

**Перевірка відео:**

- InVID – аналізує відеоконтент і допомагає знаходити першоджерело.

**Перевірка фактів:**

- StopFake
- VoxCheck
- По той бік новин

**5. Будь обережний з анонімними Telegram-каналами**

*Порада від Центру протидії дезінформації при РНБО:*

«Російська пропаганда активно використовує анонімні Telegram-канали для поширення фейків».

Що робити?

Довідуйся, хто адмініструє канал (якщо ця інформація відсутня – це тривожний знак).

Якщо канал часто публікує непідтверджені новини або посилається на «таємні джерела», варто бути обережним.

Порівнюй інформацію з надійними ресурсами.

**6. Оцінюй фото і відео критично**

*Порада від Оксани Мороз, засновниці ініціативи «Як не стати овочем»:*

«Фото можна легко підробити. Будь-яке зображення, що здається занадто сенсаційним, слід перевіряти».

Що робити?

Переконайся, що фото не вирвано з контексту (знайдіть його в пошуку).

Якщо це скриншот новини – перевір, чи є вона на офіційному сайті медіа.

Дивись, чи немає візуальних ознак редагування зображення (неприродні тіні, розмиття, невідповідність деталей).

**7. Не ділись інформацією, у якій сумніваєшся**

*Порада від Катерини Крук, експертки з цифрової безпеки:*

«Перед тим як поширювати новину, подумайте: кому це вигідно?»

Що робити?

Якщо новина викликає сильні емоції (страх, паніку, обурення), зроби паузу перед поширенням.

Перевірте, чи є вона в офіційних ЗМІ або у фактчекерських проєктах.

Не розповсюджуйте інформацію з підозрілих джерел, навіть якщо здається, що це може бути правдою.

**8. Звертай увагу на емоційні помідомлення**

*Поради від Оксани Романюк, директорки ІМІ:*

1. Розвивай критичне мислення. Якщо в повідомлення є емоції, є оціночні судження без автора/авторки, тоді вами маніпулюють.
2. Дивись на джерела. Кожен факт мусить мати конкретне джерело. Якщо немає джерела, або якщо воно узагальнене – вами маніпулюють.

3. Звертай увагу на подачу самих фактів. І якщо заголовок викликає якесь обурення, заходь на цю новину (якщо її читаєш в інтернеті). Заголовок може відрізнятися від тексту новини.

*Насамкінець хочу додати від себе: якщо новина здається тобі занадто дивовижною та викликає вир емоцій, то ймовірно, вона буде фейковою.*

*Залишайтесь свідомими та не давайте фейкам шансів!*

*Дякую, що були зі мною! Якщо вам сподобався випуск, підписуйтесь на подкаст, залишайте коментарі та діліться з друзями.*

*Це був подкаст «Фейк під контролем» і я його ведуча Дар'я.*

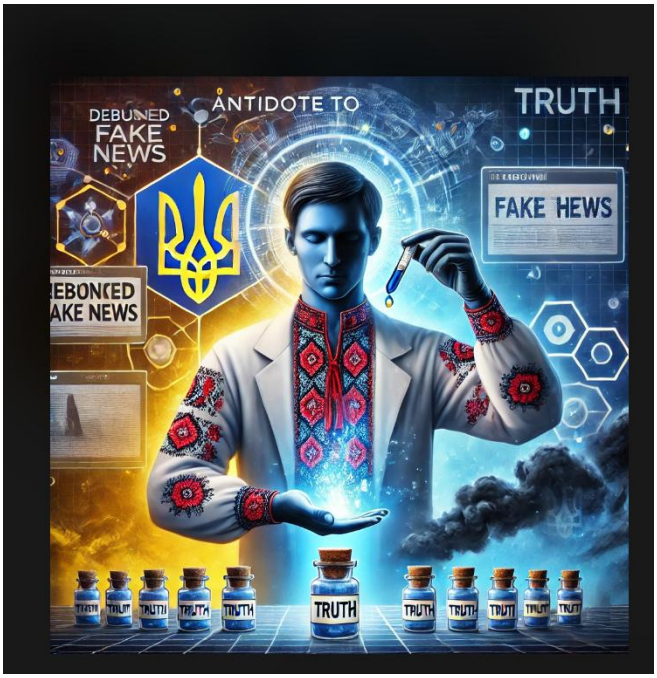



Рисунок. А.4 – Фото до подкасту 3 **« Антидот до фейку»:** ілюстрація створена за допомогою ШІ в GPT-чат

# ДОДАТОК Б

# СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

**Матеріали портфоліо:**

1. Інфографіка. День захисника та захисниці України: важливість свята в період російського вторгнення. Інтернет-портал Ipnews. 14.10.2022. URL: https://ipne.ws/novosti-ukrainy/sobytiya-i-fakty/den-zakhisnika-ta-zakhisnici-ukraini-v/

2. Міжнародний день боротьби з насильством і булінгом в освітніх закладах. UNIVERSE молодіжне радіо. 07.11.2022. URL: https://universe.zp.ua/mizhnarodnij-den-borotbi-z-nasilstvom-i-bulingom-v-osvitnih-zakladah/

3. Як знайти себе та почати жити в гармонії зі своїм тілом і думками: поради психолога. Інтернет-портал Ipnews. 10.10.2022. URL: https://ipne.ws/novosti-ukrainy/lifestyle/yak-znayti-sebe-ta-pochati-zhiti-v-garmoni/

4. Чому українцям важливо розмовляти рідною українською мовою. UNIVERSE молодіжне радіо. URL: https://universe.zp.ua/chomu-ukraincjam-vazhlivo-rozmovljati-ridnoju-ukrainskoju-movoju/

5. Біженці: труднощі з якими стикаються українці за кордоном. UNIVERSE молодіжне радіо. URL: https://universe.zp.ua/bizhenci-trudnoshhi-z-jakimi-stikajutsja-ukrainci-za-kordonom/

6. Важливість соціальних медіа в період війни. UNIVERSE молодіжне радіо. URL: https://universe.zp.ua/vazhlivist-socialnih-media-v-period-vijni/

7. Онлайн-олімпіада з хімії від ЗНУ зацікавила запорізьке учнівство. 14.03.2023. URL: https://surl.li/pmwssd

8. У ЗНУ відбулася учнівська олімпіада з біології. URL: https://surli.cc/pbtaux

9. Гендерна рівність у сучасному світі: чи важливо долати гендерні стереотипи? 25.11.2024. URL: https://surl.li/acmghi

10. Мітинги «Не мовчи!»: Соціальний вимір протестів проти полону (2022-2024). 28.11.2024. URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/mityngy-ne-movchy-sotsialnyj-vymir-protestiv-proty-polonu-2022-2024/

11. Що таке нутриціологія і чому вона важлива? 28.11.2024. URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/shho-take-nutrytsiologiya-i-chomu-vona-vazhlyva/

12. Як війна впливає на сприйняття новорічних свят? 30.11.2024. URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/yak-vijna-vplyvaye-na-spryjnyattya-novorichnyh-svyat/

13. Зима без електрики: як адаптуватись до таких реалій. 30.11.2024 URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/zyma-bez-elektryky-yak-adaptuvatys-do-takyh-realij/

14. Гарячі напої взимку: як кава та чай стають найпопулярнішими продуктами сезону. 09.12.2024. URL: https://surl.lu/cvyjjs

15. Як TikTok змінив спосіб споживання новин серед молоді? 09.12.2024. URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/yak-tiktok-zminyv-sposib-spozhyvannya-novyn-sered-molodi/

16. Українська музика як терапія: як пісні допомагають долати стрес? 14.12.2024. URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/ukrayinska-muzyka-yak-terapiya-yak-pisni-dopomagayut-dolaty-stres/

17. Літня школа в ЗНУ триває: що цікавого вивчають учні? 20.06.2024. URL: https://surl.li/ckpkhz

18. ЗНУ взяв участь в акції «Один студент – одна книжка для Херсона». 17.06.2024. URL: https://surl.li/dhxrki

19. Булінг у школах: чи можна створити безпечне середовище для дітей? 19.11.2024. URL: https://surl.li/uubakg

# ДОДАТОК В
# ДОДАТКОВІ ЗОБРАЖЕННЯ




Рисунок В.1 – Джерела інформації для отримання новин (ОПОРА)

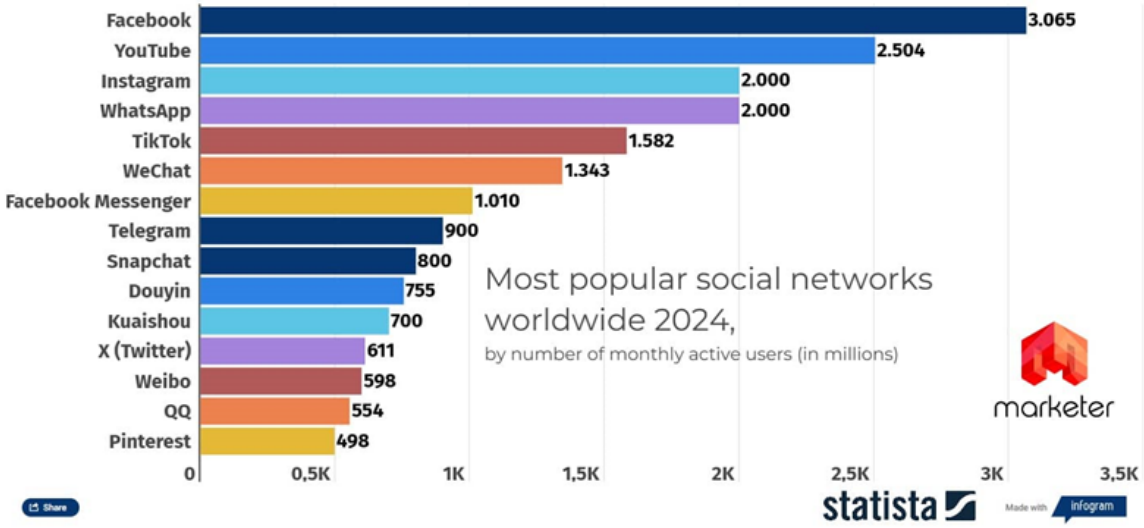



Рисунок В.2 – ТОП соціальних мереж у світі за 2024 рік

**Декларація**
**академічної доброчесності**
**здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Хоменко Дар'я Валеріївна, студентка 4 курсу, форми навчання денне, факультету журналістики, спеціальність С7 журналістика, адреса електронної пошти homenkodara457@gmail.com.

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Фейки в соціальних мережах: способи ідентифікації та нейтралізації» 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(студентка) Хоменко Д. В.

Дата_____ Підпис_____ПІБ (науковий керівник) Усманова О. В.

# ABSTRACT

The title of the topic: «Fakes in social networks: ways to identify and neutralize them».

The purpose of the work is to create a series of podcasts that should draw attention to the issue of identifying and neutralizing fakes on social media.

To achieve the research goal, we performed the following tasks:

1) to analyze and summarize theoretical works of scholars on the topic of fake news in the Ukrainian media space;

2) to identify the factors of spreading fake news content and the characteristic features that help to identify fake news

3) to study and summarize the theoretical achievements of scholars on the types of social networks and their characteristics;

4) to consider expert advice on modern methods of countering fakes on social media;

5) to create podcasts on the topic of strategies for combating and countering fakes in the media space.

The object of the study is three podcasts on the topic of fake news in social media as a phenomenon of the modern information space.

The subject of the study is methods of identifying fakes on social media and effective strategies for neutralizing them.

Formal and substantive characteristics of the project. The creative project is a series of journalistic materials consisting of 3 podcasts. The project uses a variety of information gathering methods, such as collecting and analyzing information from open sources and analyzing statistical data. The project aims to draw public attention to the topic of preventing the spread of fake news online, to form critical thinking and media literacy in society.

**Keywords:** fake news, social media, podcast, manipulation, disinformation.