

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ

Навчально-методичний комплекс до модуля «Медіаграмотність» з курсу «Суспільствознавство та медіакритика»

Київ 2025

УДК 070 (316.773)

Г70

Рекомендовано кафедрою друкованих медіа та історії журналістики Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол 9 від 04.03.2025 р.)

Рецензенти:

Черемних І. – доктор наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри аудіовізуальних медіа Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Іванов В. – доктор філологічних наук, президент Академії української преси, професор кафедри соціальних комунікацій Навчально-наукового інституту журналістики

Горська К., Желіховська Н.

Медіаграмотність: навчально-методичний комплекс / Катерина Горська, Наталія Желіховська. Київ, НН Інститут журналістики, 2025. 77 с.

©Навчально-науковий інститут журналістики, 2025

©Програма ОБСЄ з підтримки України, 2025



Зміст

Опис курсу.....	04
Тема 1. Нові технології та дезінформація: від розуміння до протидії.....	12
Тема 2. Пропаганда, дезінформація, фейки.....	24
Тема 3. Медіаграмотність та медіа.....	34
Тема 4. Медіаграмотність: профілактика шкідливих інформаційних впливів.....	48
Тема 5. Як навчитися читати дані та уникати маніпуляцій з ними.....	60
Підсумкова робота.....	72
Рекомендована література.....	74

Опис навчального курсу

Курс «Медіаграмотність» розроблений у співпраці Навчально-науковим інститутом журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, Національним проектом з медіаграмотності «Фільтр» Міністерства культури та стратегічних комунікацій України та Програмою ОБСЄ з підтримки України. Курс поєднує теоретичні засади та практичні навички, необхідні для ефективної роботи в сучасному медіапросторі. Студенти отримають знання та вміння з фактчекінгу, критичного аналізу медіаконтенту, виявлення маніпуляцій та створення етичних журналістських матеріалів. Програма включає лекції від провідних експертів у сфері медіаграмотності та практичні заняття, спрямовані на розвиток навичок відповідального споживання та створення якісного інформаційного контенту.

Мета курсу – формування у майбутніх журналістів навичок медіаграмотності та критичного аналізу медіаконтенту для створення міцного захисту проти дезінформації. Курс спрямований на розвиток компетенцій з розпізнаван-

ня фейків, відповідального створення медіаконтенту та етичного підходу до журналістської діяльності. Курс має на меті підготувати фахівців, здатних впливати на розвиток українського медіаландшафту та формувати свідоме громадянське суспільство в умовах сучасного інформаційного простору.

Завдання (навчальні цілі):

- Розвинути навички критичного мислення та аналізу медіаконтенту.
- Навчити ефективно виявляти та протидіяти дезінформації, пропаганді та маніпуляціям у медіапросторі.
- Сформувати компетенції з фактчекінгу та верифікації інформації.
- Вдосконалити навички створення етичного та відповідального медіаконтенту.
- Ознайомити з журналістськими стандартами та етичними нормами у сфері медіа.
- Розвинути здатність розпізнавати фейки та маніпулятивний контент.
- Сформувати розуміння ролі медіаграмотності у розвитку свідомого громадянського суспільства.
- Підготувати фахівців, здатних впливати на розвиток українського медіаландшафту.

В результаті вивчення курсу студенти повинні:

Знати

- Роль нових технологій (наприклад, deepfakes, AI) у створенні та поширенні дезінформації.
- Визначення та типи фейків, дезінформації та пропаганди.
- Механізми перетворення фейків на «факти» в інформаційному просторі.
- Основні принципи медіаграмотності та їх застосування в журналістській практиці.
- Методи захисту від шкідливих інформаційних впливів.
- Основи data literacy (грамотності щодо даних).

Вміти

- Виявляти та аналізувати фейки, використовуючи сучасні інструменти верифікації.
- Критично оцінювати джерела інформації та їх надійність. Розрізняти пропаганду та дезінформацію в медіаконтенті.

- Застосовувати принципи медіаграмотності у власній журналістській роботі.
- Аналізувати та інтерпретувати дані, виявляти маніпуляції зі статистикою.
- Створювати контент, стійкий до дезінформації та маніпуляцій.

Володіти комунікаційними навичками

- Ефективно пояснювати аудиторії принципи виявлення фейків та дезінформації.
- Взаємодіяти з експертами з різних галузей для перевірки інформації.
- Презентувати дані та статистику в зрозумілій та неманіпулятивній формі.
- Вести діалог з аудиторією щодо критичного споживання медіаконтенту.

Проявляти відповідальність

- Стежити за новими трендами у створенні та поширенні дезінформації.
- Вдосконалювати власні навички критичного мислення та аналізу медіаконтенту.

Вимоги до курсу

Попередні вимоги до опанування курсу

Володіння навичками пошуку інформації в інтернеті.

Навички роботи із соціальними мережами.

Необхідне матеріально-технічне забезпечення

Комп'ютер (ноутбук).

Правила поведження на заняттях

Під час дискусій на заняттях дотримуйтеся толерантної поведінки, виявляйте повагу до інших учасників навчального процесу та чужої думки.

Застереження щодо академічної доброчесності

Слухачі курсу повинні дотримуватися принципів академічної доброчесності та поваги до авторських прав. Під час виконання завдань необхідно

обов'язково зазначати використані джерела. Роботи, які містять ознаки недобросовісного цитування та інші ознаки академічної недоброчесності, не можуть бути зараховані.

Неформальна освіта

Проходження рекомендованих курсів за умови отримання відповідного сертифікату зараховується як виконані завдання за визначеною темою.

Оцінювання

Студенти отримують оцінку за підсумком здобутих балів. Упродовж курсу студенти беруть участь у дискусіях під час лекційних занять, виконують завдання до кожної теми та підсумкове аналітичне міні-дослідження.

Самостійна робота

Під час кожного лекційного заняття викладач пропонує обсяг матеріалу для самостійного опрацювання. Оцінювання самостійної роботи студентів відбувається на основі виконання завдань передбачених в межах курсу.

Розподіл балів курсу

	Змістовий модуль	Підсумковий контроль	Підсумкова оцінка
Мінімум	40	20	60
Максимум	70	30	100

Тематичний план курсу

	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практ.	Сам.роб.
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ				
1	Нові технології та дезінформація: від розуміння до протидії.	2	8	8
2	Пропаганда, дезінформація, фейки.	2	2	4
3	Медіаграмотність та медіа.	2	2	4
4	Медіаграмотність: профілактика шкідливих інформаційних впливів.	2	6	6
5	Як навчитися читати дані та уникати маніпуляцій з ними.	2	2	4
	Підсумкова робота.			4
	Всього	10	20	30

Обсяг курсу: 60 годин (2 кредити ЄКТС).

НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЯ: ВІД РОЗУМІННЯ ДО ПРОТИДІЇ

ТЕМА

01

СЛОВНИК ДО ТЕМИ

Фейк – навмисно створена недостовірна інформація, що імітує правдиві повідомлення для введення в оману.

Дипфейк – реалістична імітація фото-, аудіо- та відеофайлів, створена за допомогою штучного інтелекту та машинного навчання.

Shallowfake/cheapfake – фото чи відео низької якості, оброблене простими інструментами редагування без використання складних технологій ШІ.

Фактчекінг – методика верифікації інформації через перевірку першоджерел, експертних оцінок та фактичних доказів.

Внутрішній фактчекінг – перевірка, яка проводиться видавцем всередині медіакомпанії до публікації контенту.

Зовнішній фактчекінг – аналіз тексту третьою стороною після публікації.

Зворотний пошук за зображенням – технологія пошуку оригінального джерела та попередніх публікацій зображення в мережі.

Лекція 2 години

1. Фейки та сучасні підходи до перевірки інформації.
2. Організації та проекти, які займаються фактчекінгом.
3. Алгоритм перевірки фактів.
4. ШІ-генеровані тексти і зображення в роботі журналістів. Редакційна етика роботи з ШІ.

1**Фейки та сучасні підходи до перевірки інформації**

Фейк – це навмисно сфабрикована недостовірна інформація, що маскується під правдиві повідомлення для дезорієнтації аудиторії. Деякі фейки абсолютно абсурдні (наприклад, історії про «бойових комарів»), інші ж містять елементи істини, що робить їх менш помітними.

Маніпулятивний ефект фейків досягається через систематичність їх поширення. Регулярне споживання такої інформації поступово змінює сприйнят-

тя реальності, особливо для людей із недостатньо розвиненим критичним мисленням. Це становить загрозу, оскільки рішення базуються на доступних фактах – якщо ці факти спотворені, то й рішення будуть помилковими.

Додаткова небезпека полягає в підриві довіри до медіа загалом. Важливо розвивати навички розпізнавання якісних джерел інформації та виявлення характерних ознак фейків.

2

Організації з фактчекінгу.

Перші спеціалізовані фактчекінгові організації з'явились у США в 1990-х роках. Спочатку вони фокусувались на перевірці міських легенд та політичних заяв. Значне поширення фактчекінгу відбулось у 2010-х роках, коли соцмережі змінили модель споживання інформації.

Україна зіткнулась із масованою дезінформацією під час виборчих кампаній та особливо після початку російської агресії. Сьогодні у світі функціонує понад 200 фактчекінгових організацій у більш ніж 80 країнах.

Серед українських фактчекінгових проєктів:

- **StopFake** – протидіє дезінформації з 2014 року
- **VoxCheck** – проєкт аналітичної платформи Vox Ukraine
- **«Без брехні»** – протидіє поширенню маніпуляцій у публічній сфері
- **«По той бік новин»** – інформаційна кампанія з медіаграмотності
- **«Нота Єнота»** – антифейкові інтелектуальні ігри

3

Алгоритм перевірки фактів

Існують характерні ознаки підозрілого контенту: надмірна емоційність заголовків, відсутність конкретних даних (дати, місця, імен), невказане або сумнівне джерело інформації.

Базовий алгоритм перевірки інформації:

- Уважно ознайомтеся з усім повідомленням
- Порівняйте відповідність заголовка змісту
- Знайдіть та оцініть надійність першоджерела
- Перевірте актуальність інформації та робочі посилання

- Дослідіть біографію авторів та експертів
- Порівняйте з публікаціями у надійних медіа
- Зверніть увагу на грамотність тексту та можливі спроби приховати текст від пошукових систем.

Facebook та Instagram впроваджують механізми протидії фейкам: контент, визначений експертами як недостовірний, отримує меншу видимість у стрічці, користувачі отримують попередження, а сторінки, що регулярно поширюють фейки, втрачають можливість монетизації.

4

ШІ-генеровані матеріали в журналістиці

Застосування штучного інтелекту в журналістиці створює нові етичні виклики. Головні проблеми пов'язані зі схильністю ШІ до помилок, упереджень та нерозумінням контексту, тоді як відповідальність за публікації лежить на редакціях.

Провідні медіа (AP, Reuters, The Guardian) розробили внутрішні правила

використання ШІ. Основні принципи включають обов'язкове маркування ШІ-контенту, збереження редакційного нагляду людиною та прозорість джерел.

Особливу увагу приділяють візуальним матеріалам. Reuters та AFP забороняють публікувати синтетичні зображення як фотожурналістику, а Ofcom рекомендує використовувати водяні знаки для ШІ-зображень.

При формуванні редакційної політики щодо ШІ важливо визначити: хто несе відповідальність за ШІ-контент, як його маркувати, які типи матеріалів можна довіряти ШІ, а які функції залишати виключно для журналістів. Основним принципом є оцінка потенційної шкоди від приховування факту створення контенту за допомогою ШІ.

Практичне заняття 4 години

Виклики штучного інтелекту. Інструменти та підходи до перевірки дипфейків

1. Що таке дипфейк?
2. Візуальні ознаки ШІ-генерованих фото та відео. Онлайн-інструменти для виявлення дипфейків.
3. Інструменти перевірки фото- та відеоконтенту.
4. Інструментарій для перевірки сайтів.

Завдання для роботи на практичному занятті

Об'єднати студентів у групи, кожній групі надати відео/зображення та пов'язаний з ним новинний матеріал. Завдання групи – провести аналіз і винести вердикт, чи є цей об'єкт дипфейком, і якщо так, то які саме ознаки на це вказують.

Завдання для самостійної роботи

1. Переглянути кілька запропонованих зображень чи відео (на вибір викла-

дача), серед яких є як справжні, так і дипфейки. Визначити серед них дипфейки, спираючись на візуальні ознаки. Описати порядок дій під час перевірки. Можна ускладнити завдання, надавши набір зображень та відео, які варіюються за якістю (низька, середня, висока).

2. Перевірити запропоноване фото або відео (на вибір викладача) за допомогою онлайн-інструментів для виявлення дипфейків (наприклад, інструменти на базі штучного інтелекту, розширення для браузерів, аналіз метаданих файлів).

3. Проаналізувати запропонований кейс використання генерованих ШІ текстів або зображень у редакційній роботі. Описати, за яких умов таке використання буде етичним.

Неформальна освіта

- 👁️ Дезінформація: види, інструменти та способи захисту. [Курс на Prometheus](#)
- 👁️ Початок роботи з ChatGPT. [Курс на Prometheus](#)

Рекомендовані джерела



- 👁 [Посібник із верифікації. Під редакцією К. Сільвермана. Європейський центр журналістики.](#)
- 👁 [Urbani Sh. Verifying online information. Essential guide.](#)
- 👁 Поцепцов Г. Фейк. Технології спотворення реальності. 2020.
- 👁 Гіргінз Е. Ми – Bellingcat. Онлайн-розслідування міжнародних злочинів та інформаційна війна з Росією. Київ : Наш Формат, 2022. 242 с.
- 👁 Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.

Додаткові джерела:

- 👁 Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
- 👁 [Діпфейк – штучний інтелект на службі пропаганди. Український кризовий медіа-центр.](#)
- 👁 [Мороз М. Як розпізнати діпфейк: конспект вебінару Михайла Кольцова.](#)
- 👁 Вальорска М. Агнешка. Діпфейк та дезінформація. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності Академії Української Преси. Центр Вільної Преси, 2020. 36 с.
- 👁 [Баранівська М. Технологію діпфейк використали у прокитайській дезінформаційній кампанії. Детектор медіа.](#)
- 👁 [Рекомендації Мінцифри і ГО «Лабораторія цифрової безпеки» з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа.](#)
- 👁 [Воюта Д. Штучний інтелект та медіа: траєкторія руху. ЦЕДЕМ.](#)
- 👁 [Нановська В. The New York Times проти OpenAI: чи справді ШІ порушив авторське право? Медіамейкер.](#)

ПРОПАГАНДА, ДЕЗІНФОРМАЦІЯ, ФЕЙКИ

ТЕМА

02

СЛОВНИК ДО ТЕМИ

Пропаганда – системна комунікаційна діяльність з поширення у різний спосіб та різними інформаційно-комунікаційними каналами яких-небудь знань, ідей, поглядів, які можуть трактуватись залежно від точки зору суб'єкта оцінювання, як правильні або ж хибні, з метою соціалізації особи та соціуму, що здійснюється свідомо і за певним планом.

Контрпропаганда – поширення інформації, ідей та поглядів, протилежних ідеології противника, а також діяльність, спрямована на протидію пропаганді противника, боротьбу з нею. Контрпропаганда є функцією та формою власне пропаганди.

Дезінформація – неправдива інформація, фальшивий контент, фальшиві причинно-наслідкові зв'язки між фактами, вигадані факти, які поширюються з метою посіяти сумніви у суспільстві та нашкодити.

Місінформація – неправдива інформація, яка поширюється без наміру нашкодити, а є випадковими помилками, хибодруком тощо.

Малінформація – це правдива інформація, яку поширюють для того, щоб нашкодити.

Наратив – опис подій з певного погляду, набір фактів (не обов'язково правдивих), подій, які утворюють певне сприйняття картини світу.

Меседж – повідомлення, сенс, який необхідно передати певним чином: словом, картинкою, дизайном або «між рядками». Тому меседж може бути виражений як вербально, так і невербально.

Лекція 2 години

1. Пропаганда: поняття та види.
2. Пропаганда та дезінформація: співвідношення понять.
3. Дезінформація, масінформація та малінформація.
4. Пропаганда у різних сферах культури.

1**Пропаганда: поняття та види**

Пропаганда як явище має глибокі історичні корені. Її виникнення часто пов'язують з діяльністю єзуїтів, зокрема з працями Ігнатія Лойоли, який розробив методи впливу на свідомість через смислове кодування. Його праця «Духовні вправи» стала основою для формування методів управління свідомістю, які використовуються в різних сферах життя.

Пропаганда може бути як стихійною, так і штучно створеною, спрямованою на формування певних установок у свідомості людини. Вона використовує емоційні механізми, щоб впливати на поведінку та мислення, часто ігнору-

ючи раціональні аргументи. Пропаганда має різні види, зокрема:

- **Конверсійна пропаганда** – зміна цінностей та переконань окремих осіб або груп;
- **Роздільна пропаганда** – посилення суперечностей у суспільстві для його розколу;
- **Деморалізуюча пропаганда** – підлив морального духу та спонукання до відмови від боротьби.

Пропаганда може мати як позитивні, так і негативні цілі. Наприклад, вона може сприяти популяризації здорового способу життя або ж використовуватися для маніпулювання масовою свідомістю.

2

Пропаганда та дезінформація: співвідношення понять.

Пропаганда та дезінформація тісно пов'язані, але мають різні цілі. Дезінформація спрямована на створення сумнівів та невпевненості, тоді як пропаганда активно формує конкретні погляди. Пропаганда може бути

інструментом дезінформації, але також може використовуватися для просвітництва та популяризації позитивних ідей.

Наприклад, під час конфліктів або криз дезінформація часто використовується для створення хибних образів або маніпулювання громадською думкою. Пропаганда, у свою чергу, прагне сформувати певні погляди щодо подій, часто використовуючи неправдиву інформацію.

Боротьба з деструктивною пропагандою включає правові, організаційні та інформаційні заходи. Важливо розуміти, що пропаганда може бути як інструментом маніпуляції, так і засобом популяризації важливих ідей.

3

Дезінформація, місінформація та малінформація

Інформаційний хаос можна класифікувати на три категорії:

Місінформація – помилкова інформація, поширена без наміру нашкодити. Наприклад, журналістська помилка у тексті або неправильна ілюстрація до новини.

Дезінформація – навмисне поширення неправдивої інформації з метою завдати шкоди. Прикладом є фейкові новини, які використовуються для створення певних образів або маніпулювання думками.

Малінформація – правдива інформація, яку використовують для завдання шкоди. Наприклад, поширення особистих даних журналістів після публікації розслідувань.

Фейки можуть належати як до дезінформації, так і до місінформації, залежно від намірів їхнього поширення. Важливо розуміти, що будь-яка інформація може бути використана як інструмент впливу, якщо вона поширюється з метою маніпуляції або завдання шкоди.

4

Пропаганда у різних сферах культури

Пропаганда проникає у всі сфери культури, включаючи музику, кіно, спорт. Вона може формувати як позитивні, так і негативні образи. Наприклад, кінематограф часто використовується для створення певних наративів, які

впливають на сприйняття подій або країн.

Важливу роль у культурній пропаганді відіграють міжнародні заходи, такі як Євробачення. У 2022 році український гурт Kalush Orchestra переміг на цьому конкурсі з піснею «STEFANIA». Цей виступ став не лише музичним досягненням, але й символом української стійкості та культури. Пісня «Доброго вечора, ми з України» привернула увагу світу до України, демонструючи силу мистецтва у формуванні позитивного образу країни.

Спортивна сфера також є важливим інструментом пропаганди. Спортсмени часто виступають культурними амбасадорами своїх країн, а спортивні події стають платформою для популяризації національних цінностей.

Практичне заняття 4 години

Як фейки стають «фактами»

1. Структура та ознаки фейкового повідомлення
2. Поняття інформаційного вакууму. Емоційне та раціональне мислення.
3. Система «Фейк-Меседж-Наратив».

Додаткові матеріали до теми

 [Презентація «Фейки, дезінформація та пропаганда під час війни».](#)

Завдання для самостійної роботи

1. Розглянути модель інформаційної війни 4D. Знайти приклади її використання.
2. Підготувати словник найпоширеніших маніпулятивних технологій в інформаційній війні.

Рекомендовані джерела



- 📖 [Pamment J., Lindwall A. K. Fact-checking and debunking: a best practice guide to dealing with disinformation. NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2021.](#)
- 📖 [Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. UNESCO Series on Journalism Education. 2018.](#)
- 📖 [Biddle, W. W. A psychological definition of propaganda. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 1931. 26\(3\), 83–295.](#)
- 📖 Яковлев М. Теорії змов. Як (не) стати конспірологом. 2023. 352 с.

Додаткові джерела:

- 👁 [Жарикова А. Кількість кібератак у 2023 році зросла на 16% - Держспецзв'язку. Економічна правда.](#)
- 👁 [Канеман Д. Мислення швидке. Мислення повільне. Київ, 2019. НотаЄнота \(кейси для аналізу\).](#)
- 👁 [Рослінг Г. Фактологія. 10 хибних уявлень про світ. Київ, 2020.](#)
- 👁 [Помаранцев П. Це не пропаганда. Київ, 2020.](#)
- 👁 [Словник з медіаграмотності. Фільтр. 2022.](#)
- 👁 [«Як розпізнати фейк?» Міністерство інформаційної політики України, спільно з проектом ЄС «Association4U».](#)

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА МЕДІА

ТЕМА

03

СЛОВНИК ДО ТЕМИ

Баланс думок – представлення різних поглядів на проблему з дотриманням неупередженості та рівності висвітлення.

Герменевтичне коло – принцип розуміння тексту, за яким його частини інтерпретуються через ціле, а ціле через частини.

Інформаційна бульбашка – персоналізований інформаційний простір користувача, сформований алгоритмами та власними вподобаннями, що обмежує доступ до альтернативних поглядів.

Культура медіаспоживання – сукупність навичок критичного сприйняття, аналізу та використання медіаконтенту.

Передзнання – наявний досвід та знання, що впливають на сприйняття та розуміння нової інформації.

Передрозуміння (також попереднє розуміння) – сукупність попередніх знань, досвіду та уявлень, які людина має перед тим, як починає розуміти або інтерпретувати щось нове.

Публічний інтерес – вагомий для суспільства питання, що потребують відкритого висвітлення та обговорення.

Полісемантичність – багатозначність слова чи повідомлення, що допускає різні тлумачення залежно від контексту.

Смисли – сутнісні значення та інтерпретації, які формуються у свідомості при сприйнятті інформації.

Лекція 2 години

1. Сенси, природа розуміння і умови можливості маніпуляцій.
2. Що можна віднести до маніпуляцій в медіа?
3. Професійна журналістика і стандарти.
4. Значення журналістської етики і професійних стандартів у запобіганні маніпуляціям.

1**Сенси та розуміння: основа маніпуляцій**

Сучасну епоху часто називають «епохою постправди», де маніпуляції та емоційний вплив переважають над об'єктивними фактами. Маніпуляції – це завжди робота зі смислами, заміщення одного смислу іншим. Сенси існують у полі людського розуміння, яке рухається за принципом «герменевтичного кола».

Герменевтичне коло – це процес, де розуміння формується через взаємодію між загальним контекстом (передрозумінням) і конкретними деталями. Спо-

чатку ми маємо передрозуміння контексту, яке дозволяє зрозуміти окремі явища. Потім, вивчаючи деталі, ми оновлюємо своє розуміння контексту. Цей процес постійного коливання між старим і новим розумінням створює умови для маніпуляцій, оскільки маніпулятори можуть використовувати наші упередження та передзнання.

Маніпуляції можуть бути двох видів:

- **Гра зі смислами конкретного предмета:** акцентування одних рис предмета та замовчування інших, або навіть приписування предмету зовсім інших рис.
- **Гра зі смислами контексту:** вписування предмета в певний контекст, який змінює його сприйняття, або вплив на контекст через опис предмета.

Найнебезпечнішою формою маніпуляції є розмивання смислу, коли маніпулятори намагаються показати, що немає стабільних точок опори для розуміння, а існує лише безліч інтерпретацій. Це створює підґрунтя для інформаційних атак та формування певних дискурсів.

2

Що можна віднести до маніпуляцій у медіа?

Маніпуляції можливі через особливості сприйняття інформації та виробництва знань. Виробництво інформації завжди пов'язане з вибором фактів із величезної кількості даних, і цей вибір здійснюється на основі суб'єктивних критеріїв. Це створює можливість для маніпуляцій, оскільки автор інформації впливає на те, яку інформацію він вибирає та як її подає. Громадянська журналістика, де блогери та автори контенту часто працюють за принципом «Я так бачу», робить їхні матеріали більш суб'єктивними та схильними до маніпуляцій. Крім того, люди часто шукають готові рішення та легкі відповіді, що робить їх схильними до маніпуляцій з боку тих, хто пропонує «авторитетні» думки.

Сучасні технології значно спрощують створення маніпуляцій, але їхня основа лежить у самій природі людського сприйняття. Люди приймають рішення на основі емоцій, а не раціонального аналізу, що створює запит на емоційно забарвлену інформацію. Така інформація краще сприймається, але ча-

сто містить маніпуляції. Алгоритми пошукових систем та соціальних мереж створюють «інформаційні бульбашки», які обмежують доступ до альтернативних поглядів і підсилюють упередження. Це призводить до того, що люди замикаються в рамках свого передрозуміння, уникаючи інших точок зору.

Маніпуляції в медіа можуть приймати різні форми. Однією з них є **замовчування або часткове висвітлення**, коли подається лише частина інформації, що спотворює сприйняття події. **Надмірна емоційність** також є поширеним інструментом маніпуляції, оскільки емоції активізують швидкі реакції, виключаючи критичне мислення. Іншою формою є **«хаос версій»**, коли подається велика кількість суперечливих версій, що розмиває смисл і ускладнює розуміння події.

Відвернення уваги – це ще один метод, коли медіа свідомо відволікають увагу від важливих проблем через сенсаційні, але малозначущі новини. Також часто використовується **«псевдоекспертність»**, коли до висловлювань залучаються особи, які не мають відповідної кваліфікації, але створюють видимість авторитетності.

3

Професійна журналістика і стандарти

Щоб протистояти маніпуляціям, журналісти дотримуються професійних стандартів, які забезпечують якість та достовірність інформації. Одним із ключових стандартів є точність. Журналісти повинні перевіряти факти у кількох джерелах, щоб уникнути поширення неправдивої або неточної інформації. Це включає не лише перевірку фактів події, але й точне цитування слів учасників та правильне використання візуальних матеріалів.

Повнота – це інший важливий стандарт, який вимагає від журналістів надавати вичерпну інформацію про подію. Це означає відповіді на ключові запитання: що, хто, де, коли, як і чому. Повнота також передбачає розкриття контексту події, включаючи причини та наслідки, що допомагає аудиторії краще зрозуміти суть події.

Достовірність – це стандарт, який вимагає від журналістів знати джерела своєї інформації та перевіряти їхню надійність. Це включає використання методів перехресної перевірки, коли інформація підтверджується кількома

незалежними джерелами. У випадках, коли джерело не може бути розкрито (наприклад, у розслідуваннях або під час воєнних дій), журналісти повинні чітко пояснити причини анонімності.

Баланс – це принцип, який вимагає надання слова всім сторонам конфлікту або події. Однак баланс не означає механічного поділу часу або простору між сторонами. Журналісти повинні забезпечити, щоб кожна сторона мала можливість висловити свою позицію, але при цьому важливо уникати псевдоекспертів, які не мають відповідної кваліфікації.

Відокремлення фактів від коментарів – це стандарт, який вимагає чіткого розрізнення між фактами та особистими думками журналіста. Факти повинні подаватися об'єктивно, без емоційного забарвлення, тоді як коментарі та аналіз можуть бути надані окремо.

Неупередженість – це принцип, який вимагає від журналістів утримуватися від особистих упереджень та конфлікту інтересів. Журналісти повинні уникати ситуацій, коли їхні особисті або фінансові інтереси можуть вплинути на об'єктивність матеріалу.

Оперативність – це стандарт, який вимагає швидкого висвітлення подій, що дозволяє уникнути маніпуляцій з боку тих, хто може спробувати викривити інформацію. Однак оперативність не повинна йти на шкоду точності та достовірності.

4

Значення журналістської етики і професійних стандартів у запобіганні маніпуляціям.

Журналістська етика – це набір моральних принципів, які регулюють поведінку журналістів та забезпечують довіру громадськості до медіа. Одним із ключових принципів етики є захист приватності. Журналісти повинні поважати особисте життя людей, особливо дітей, і уникати публікації інформації, яка може завдати шкоди.

Недискримінаційний підхід – це принцип, який вимагає від журналістів уникати стереотипів та дискримінації на підставі раси, статі, віку, релігії чи інших ознак. Журналісти повинні ретельно працювати зі своїм словниковим

запасом, уникаючи виразів, які можуть бути сприйняті як упереджені.

Позначення реклами – це принцип, який вимагає чіткого розрізнення між редакційним контентом та рекламою. Будь-яка реклама, включаючи нативну, повинна бути позначена, щоб уникнути маніпуляцій з боку аудиторії.

Виправлення помилок – це принцип, який вимагає від журналістів своєчасно виправляти помилки та визнавати їх. Це допомагає підтримувати довіру до медіа та демонструє відкритість редакції.

Практичне заняття 4 години**Від стандартів до відповідального медіаспоживання**

1. Кодекси та інституції саморегуляції.
2. Суспільно необхідна інформація та свобода слова.
3. Роль медіа у формуванні культури медіаграмотного споживання.

Завдання для самостійної роботи

1. Дайте відповіді на запитання:
 - Чому можливі медіаманіпуляції?
 - Який, на вашу думку, зі стандартів журналістики найважче дотримати у мирний час? Чому?
 - Як і які стандарти журналістики зазнають трансформації під час війни?
 - Яке значення для журналістики має поняття «суспільний інтерес»?
2. Визначте дві найбільш гострі етичні дилеми для журналіста. Опишіть як би ви їх розв'язали для себе.

Рекомендовані джерела



- 👁 Крістіанс К.Г., Фалклер М., Річардсон К.Б. та ін. Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування. Львів, 2014. 592 с.
- 👁 Куляс І., Макаренко О. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника. Практичний посібник для журналістів. Київ, 2006. 120 с.
- 👁 [Редакційні настанови Бі-Бі-Сі для авторів випусків новин та інформаційних програм. ВВС.](#)

Додаткові джерела:

- 👁 [Куляс І. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни. Детектор медіа. MediaSapiens. 2014.](#)
- 👁 [Печончик Т. Чому важливо говорити правду під час війни. Zmina. Info. 2022.](#)
- 👁 [Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики.](#)
- 👁 [Етичні засади висвітлення діяльності терористичних організацій та їх лідерів у медіа – експерта дискусія. Internews Ukraine. 2020.](#)
- 👁 [Sussman Peter Y. Resolving Ethical Conflicts in Wartime. Society of Professional Journalists.](#)
- 👁 Jones Alex S. Losing the News. Oxford University Press, 2009.

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: ПРОФІЛАКТИКА ШКІДЛИВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВПЛИВІВ

ТЕМА

04

СЛОВНИК ДО ТЕМИ

Дебанкінг – спростування неправдивої інформації через надання фактів та доказів після її поширення.

Пребанкінг – превентивне інформування про можливі маніпуляції для формування стійкості до дезінформації.

Евристика доступності – когнітивне упередження, коли ймовірність події оцінюється на основі того, наскільки легко можна пригадати схожі приклади.

Ефект ілюзорної правди – схильність вважати інформацію правдивою через її багаторазове повторення, незалежно від її фактичної достовірності.

Теорія інокуляції – концепція психологічного «щеплення» проти дезінформації через попереднє ознайомлення з маніпулятивними техніками.

Лекція 2 години

1. Психологія фейкових новин.
2. Типи та засоби маніпулятивного впливу.
3. Роль медіаграмотності у добробуті громадян.

1 Психологія фейкових новин

Фейкові новини стали серйозним викликом для сучасного суспільства, яке все більше залежить від цифрових технологій та соціальних мереж. Чому люди так легко піддаються на маніпуляції та поширюють неправдиву інформацію? Насправді, не всі фейкові новини привертають увагу, але ті, що стають «вірусними», мають певні характеристики, які роблять їх привабливими для споживачів.

Чому люди вірять фейкам?

За даними дослідження USAID-Internews, 72% опитаних вважають, що вміють

розрізняти дезінформацію, але лише 8% змогли правильно ідентифікувати фейки. Це свідчить про те, що більшість людей переоцінюють свою здатність розпізнавати неправдиву інформацію. Серед факторів, які впливають на довіру до новин, – надійність джерела (37%), наявність різних поглядів (26%) та власник інформаційного каналу (14%).

Два підходи до довіри до новин:

1. **Розпізнавання правди:** здатність відрізнати правдиву інформацію від фейкової.
2. **Загальна довіра до новин:** незалежно від правдивості, люди можуть довіряти новинам через емоційний вплив або авторитет джерела.

Роль рефлексивного мислення

Люди, які схильні до рефлексії та аналітичного мислення, менше піддаються впливу фейкових новин. Освіта та медіаграмотність також відіграють важливу роль у розпізнаванні правдивого контенту.

2

Типи та засоби маніпулятивного впливу

Маніпуляції в інформаційному просторі ґрунтуються на психологічних механізмах, які роблять фейкові новини переконливими.

Ефект ілюзорної правди

Повторення інформації змушує мозок сприймати її як правдиву, навіть якщо вона є фейковою. Це явище було досліджено ще в 1977 році, і воно активно використовується маніпуляторами.

Евристика доступності

Люди схильні довіряти інформації, яка легко згадується або є емоційно забарвленою. Це робить фейкові новини більш привабливими, особливо якщо вони підтримуються кількома джерелами.

Загальні прийоми маніпуляції

- **Емоційна мова:** використання слів, що викликають сильні емоції (страх, обурення).

- **Помилкова дихотомія:** представлення ситуації як вибору між двома крайнощами.
- **Збір вишень:** вибіркове наведення фактів, які підтверджують певну позицію.
- **Фальшиві експерти:** використання ненадійних джерел для підтримки сумнівних тверджень.
- **Червоний оселедець:** відвернення уваги від основної теми.
- **Цап-відбувайло:** звинувачення конкретної особи чи групи в проблемах.
- **Перехід на особистості:** атака на особу, а не на аргументи.
- **Поляризація:** навмисне розпалювання конфліктів між групами.
- **Уособлення:** використання імені авторитетних осіб для підвищення довіри.
- **Слизький схил:** перебільшення наслідків незначних дій.
- **Деконтекстуалізація:** використання інформації без контексту.

3

Роль медіаграмотності у добробуті громадян

Медіаграмотність – це набір навичок, які дозволяють критично сприймати інформацію та ефективно взаємодіяти з медіасередовищем. Вона впливає на всі сфери життя, від особистого до суспільного добробуту.

Медіаграмотність у повсякденному житті

- **Професійна сфера:** вміння знаходити надійні джерела для робочих завдань.
- **Освіта:** здатність відбирати якісні навчальні матеріали.
- **Громадянська позиція:** розуміння маніпуляцій у політичному житті.
- **Споживча поведінка:** критичне ставлення до реклами.
- **Міжособистісні стосунки:** розуміння ролі соціальних мереж у комунікації.

Медіаграмотність і психологічний добробут

Медіаграмотність допомагає захиститися від інформаційного стресу, кібербулінгу та негативного впливу соціальних мереж. Вона також сприяє здоровій самооцінці, оскільки дозволяє критично оцінювати ідеалізовані обра-

зи, які часто представлені в інтернеті.

Медіаграмотність і фінансовий добробут

Люди з високим рівнем медіаграмотності краще орієнтуються в інформаційному просторі, що дозволяє їм ухвалювати обґрунтовані фінансові рішення. Вони також менше схильні до фінансових шахрайств та здатні ефективніше керувати своїми ресурсами.

Економічний аспект медіаграмотності

Медіаграмотність сприяє формуванню культури оплати за якісний контент, що є важливим для підтримки професійної журналістики. Це також інвестиція в якість інформаційного простору загалом.

Практичне заняття 4 години**Пребанкінг: «щеплення» від маніпуляцій чи комунікаційна стратегія?**

1. Дебанкінг, пребанкінг та теорія інокуляції.
2. Поняття та види пребанкінгу
3. Коли застосовувати пребанкінг і хто це має робити?
4. Використання пребанкінгу: покрокова інструкція

Неформальна освіта

 [Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям? Курс на Prometheus](#)

Завдання для самостійної роботи

 [Проаналізувати кейси застосування пребанкінгу. Визначити переваги та ризики пребанкінгу.](#)

Рекомендовані джерела



- 👁 [Сандер ван дер Лінден. Існує психологічна «вакцина» проти дезінформації. Збруч. 2023.](#)
- 👁 [Боровкова Х. Теорія брехні. Чому ми віримо фейкам та що нам із цим робити? Nauka.ua. 2021.](#)
- 👁 [Чому люди підпадають під вплив фейкових новин? Інститут масової інформації. 2019.](#)
- 👁 [Коноплицький С. Чому люди вірять фейковим новинам? SPEKA. 2024.](#)

Додаткові джерела:

- 👁 Harjani, T., Roozenbeek, J., Biddlestone, M., van der Linden, S., Stuart, A., Iwahara, M., Piri, B., Xu, R., Goldberg, B., & Graham, M. A Practical Guide to Prebunking Misinformation. 2022.
- 👁 [Чернецька С. Ксенія Ілюк про пребанкінг: «Ми будуємо оборону до нападу, який рано чи пізно відбудеться». Детектор медіа. 2022.](#)
- 👁 [Нановська В. Вакцина для розуму. Як Google і виборчі комісії спростовують фейки до їхнього повсюдного поширення. Медіамейкер. 2024.](#)

**ЯК НАВЧИТИСЯ ЧИТАТИ ДАНІ ТА
УНИКАТИ МАНІПУЛЯЦІЙ З НИМИ**

ТЕМА

05

СЛОВНИК ДО ТЕМИ

База даних (database) – це певний набір впорядкованих даних, пов'язаних між собою за спільною ознакою або властивістю.

Візуальні маніпуляції – навмисне спотворення візуального контенту для створення хибних вражень та висновків.

Дані (від латинського слова datum в однині, яке спочатку означало «щось дане») – це набір значень, або фактів чи цифр.

Грамотність у роботі з даними (data literacy) – це здатність читати, розуміти, створювати та передавати дані як інформацію; вміння збирати, аналізувати та інтерпретувати дані для прийняття обґрунтованих рішень.

Персональні дані – це інформація, за допомогою якої можна ідентифікувати особу, включаючи прямі та непрямі ідентифікатори. Прямі ідентифікатори – це унікальні дані особи, як от її ім'я/прізвище, ідентифікаційний код. Непрямі ідентифікатори включають не унікальні ознаки, наприклад, фізичні характеристики.

Цифрова грамотність – здатність ефективно використовувати цифрові технології та критично оцінювати онлайн-контент.

Лекція 2 години

1. Роль даних і грамотність у роботі з даними у сучасному світі.
2. Маніпуляції соціологічними даними та рейтингами.
3. Візуальні маніпуляції (інфографіка на основі даних).

1 Роль даних і грамотність у роботі з даними у сучасному світі

Дані стали ключовим елементом сучасного світу, впливаючи на всі сфери життя – від бізнесу до політики. Однак їхня сила залежить від того, наскільки грамотно ми їх використовуємо.

Грамотність у роботі з даними

За даними дослідження Research + Data Insights, 88% людей вважають, що твердження з діаграмами чи аналізом даних є більш переконливими. Однак 64% не розуміють, як отримати доступ до даних та інтерпретувати їх самостійно. Forbes визначив грамотність у роботі з даними як другу за важливі-

стю навичку на найближчі 10 років, після цифрової грамотності.

Що таке грамотність у роботі з даними?

Це набір навичок, які дозволяють людям знаходити сенс у даних та використовувати їх для прийняття рішень. Для звичайних користувачів це вміння читати та аналізувати дані, а для професіоналів (наприклад, журналістів) – це також навички візуалізації, управління даними та їх застосування у професійній діяльності.

Журналісти часто стикаються з необхідністю працювати з даними, будь то статистика, соціологічні опитування чи інші форми інформації. Щоб уникнути маніпуляцій і коректно передавати дані аудиторії, важливо дотримуватися певних принципів.

Що потрібно знати журналісту при роботі з даними:

1. **Походження даних:** Хто зібрав дані? Чи є посилання на джерело? Це допомагає уникнути використання фейкових або ненадійних даних.
2. **Час збору даних:** Дані постійно змінюються, тому важливо знати, коли

вони були зібрані.

3. **Методологія збору:** Як саме збиралися дані? Чи це було анкетування, інтерв'ю, аналіз документів чи інші методи?

4. **Контекст:** У якому контексті подаються дані? Це впливає на їхнє сприйняття аудиторією.

5. **Статус даних:** Чи є дані офіційними чи приватними? Відкритими чи закритими?

6. **Візуалізація:** Чи коректно представлені графіки та діаграми? Чи немає в них маніпуляцій?

Чим більше журналіст працює з даними, тим легше йому їх розуміти та інтерпретувати.

2

Маніпуляції соціологічними даними та рейтингами

Дані, особливо соціологічні, часто стають об'єктом маніпуляцій. Це може відбуватися через:

- Некоректну інтерпретацію даних.
- Використання фейкових даних.
- Публікацію лише вигідних результатів.
- Ігнорування контексту.
- Клікбейтні заголовки, які спотворюють суть.

Щоб уникнути цього, журналістам слід звертати увагу на такі параметри:

5 ключових запитань для перевірки соціологічних опитувань

1. Хто проводив дослідження? Чи є це авторитетна організація?
2. Коли проводилося дослідження? Чи актуальні дані?
3. Яка вибірка та похибка? Чи репрезентативні результати?
4. Яка методологія використовувалася? Як формулювалися питання?
5. Хто замовник дослідження? Чи є конфлікт інтересів?

3

Візуальні маніпуляції

Візуалізація даних – це потужний інструмент для передачі інформації, але він також може використовуватися для маніпуляцій.

Як створювати якісну візуалізацію?

Скотт Берінато, автор книги «Хороші діаграми», наголошує, що головне – це ефективність передачі ідеї, а не краса графіків. Альберто Каїро у книзі «Функціональне мистецтво» підкреслює важливість контексту та точного відображення даних.

Приклади маніпуляцій у візуалізації:

- **Непропорційні діаграми:** Наприклад, стовпчики на графіку можуть бути намальовані без дотримання пропорцій, що спотворює сприйняття.
- **Усунення нульової точки:** Коли вісь ординат починається не з нуля, це може створити враження різкого зростання або спаду.
- **Неправильний вибір типу діаграми:** Кожен тип діаграми має своє призна-

чення, і неправильний вибір може спотворити дані.

- **Клікбейтні заголовки:** Заголовки можуть спотворювати суть даних, як у випадку з новиною про «70% українців, готових до компромісу».

Дані є потужним інструментом, але їхня цінність залежить від того, наскільки грамотно ми їх використовуємо. Маніпуляції з даними, особливо в соціологічних дослідженнях та візуалізації, можуть спотворювати реальність та впливати на громадську думку. Тому розвиток грамотності у роботі з даними, критичне мислення та увага до контексту є ключовими навичками для протидії маніпуляціям.

Практичне заняття 4 години**Перевірка маніпуляцій у даних.**

1. Принципи роботи журналіста з даними.
2. Параметри перевірки соціологічних опитувань.
3. Як розпізнати фейкові соціологічні організації?

Завдання для роботи на практичному занятті

Згенерувати за допомогою ChatGPT новину із використанням соціологічних даних. Попросити студентів перевірити достовірність даних у цій новині.

Завдання для самостійної роботи

1. Проаналізувати вибрані медіа (можна за вільним вибором або на вибір викладача) на предмет коректної подачі різних даних. Описати приклади некоректної інтерпретації/маніпуляцій/фейків та пояснити, в чому полягають ці маніпуляції, а також вказати, як треба було правильно подати дані.

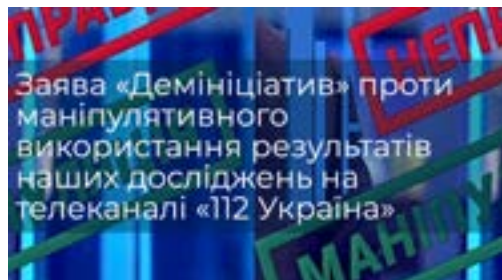
2. Обрати одне із останніх соціологічних досліджень перевіреної соціологічної фірми (на вибір викладача). Запропонувати студентам візуалізувати результати дослідження за допомогою простих інструментів (наприклад, можна створити графіку у PowerPoint, Canva, чи використовуючи інші прості онлайн-інструменти).

Обговорити результати роботи в аудиторії, розібрати всі помилки.

Неформальна освіта

- 👁 [Як \(не\) бехати за допомогою візуалізації даних: лекція Андрія Газіна. Projector Mag.](#)
- 👁 [Відеоматеріали: фільм «Радість статистики» \(англ.\)](#)

Рекомендовані джерела



- 👁 [Голуб А. Обережно, цифри! Скільки маніпуляцій в українській статистиці та соціології. Український тиждень. 2017.](#)
- 👁 [Заява «Демініціатив» проти маніпулятивного використання результатів наших досліджень на телеканалі «112 Україна». Фонд «Демократичні ініціативи». 2018.](#)
- 👁 [Ірина Бекешкіна: Не лінуйтесь аналізувати, щоб відрізнити якісну соціологію від рейкової. 2019. Фонд «Демократичні ініціативи».](#)
- 👁 [Паніотто В. Соціологія і маніпуляція. Київський міжнародний інститут соціології. 2020.](#)

- 👁 Берінато С. Хороші діаграми. Поради, інструменти та вправи для кращої візуалізації даних. ArtHuss. 2022. 288 с.

Додаткові джерела:

- 👁 Каїро А. Функціональне мистецтво. Вступ до інфографіки та візуалізації. Видавництво УКУ. 2017. 350 с.
- 👁 Канеман Д. Мислення швидке й повільне. Наш формат. 2017. 450 с.
- 👁 [Хто в ліс, хто по дані: інтерв'ю з Альберто Каїро. Куншт. 2021.](#)
- 👁 [Артемчук Д. Чому погана аналітика гірша за її відсутність. Imena.Ua. 2018.](#)
- 👁 [Шаповалов С. Маніпулювання даними опитувань та помилки в їх інтерпретації. Українська правда. 2020.](#)
- 👁 [Шаповалов С. Інструменти маніпулювання соціологічними даними та помилки при інтерпретації результатів опитувань. Фонд «Демократичні ініціативи». 2020.](#)
- 👁 [Шаповал М., Шувар Н. Замовник опитування громадської думки: замовчувати не можна відкрити. Юридична газета. 2020.](#)

Підсумкова робота

Студенти після завершення курсу повинні підготувати підсумкове міні-дослідження за обраною темою. Робота фокусується на аналізі кейсів дезінформації та маніпуляцій в медіапросторі.

Критерії оцінювання

Завдання	Мін. кількість балів	Макс. кількість балів
Виконання завдань до тем 1-5	10x4=40	10x7=70
Підсумкова робота	1x20=20	1x30=30
Усього	60 балів	100 балів

Студенти отримують оцінку з дисципліни за підсумком здобутих протягом курсу балів і підготовки підсумкового міні-дослідження.

Завдання до тем оцінюються у 4/7 балів, всього 10 завдань (максимум – 70 балів).

Дослідження оцінюватиметься мінімально 20 балів та максимально у 30 балів за критеріями:

- обсяг аналізованих кейсів (12/14 балів),
- належна аргументація (3/6 балів),
- використання інструментарію моніторингу та перевірки (2/4 бали),
- логіка та структура викладу (1/2 бали),
- рівень презентації результатів (1/2 бали),
- мовна акуратність (1/2 бали).

Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59
Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

Основні джерела

- 📖 Гіг'їнз Е. Ми – Bellingcat. Онлайн-розслідування міжнародних злочинів та інформаційна війна з Росією. Київ : Наш Формат, 2022. 242 с.
- 📖 Крістіанс К.Г., Фалклер М., Річардсон К.Б. та ін. Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування. Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2014. 592 с.
- 📖 Куляс І., Макаренко О. Ефективне виробництво теленовин: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника. Київ, МГО «Інтерньюз-Україна», 2006. 120 с.
- 📖 Поцепцов Г. Фейк. Технології спотворення реальності. 2020. 224 с.
- 📖 Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
- 📖 Редакційні настанови Бі-Бі-Сі для авторів випусків новин та інформаційних програм.
- 📖 Яковлев М. Теорії змов. Як (не) стати конспірологом. Київ: Віхола, 2023. 352 с.
- 📖 Biddle, W. W. A psychological definition of propaganda. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 1931. 26(3), 83–295.
- 📖 Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education

and training. UNESCO Series on Journalism Education. 2018.

- 👁️ Pamment J., Lindwall A. Fact-checking and debunking: a best practice guide to dealing with disinformation. NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2021.
- 👁️ Urbani Sh. Verifying online information. Essential guide. 2019.

Додаткові джерела

- 👁️ [Баранівська М. Технологію дипфейк використали у прокитайській дезінформаційній кампанії. Детектор медіа. 7 лютого 2023 р.](#)
- 👁️ [Боровкова Х. Теорія брехні. Чому ми віримо фейкам та що нам із цим робити? Nauka.ua. 13 березня 2021 р.](#)
- 👁️ Вальорська М. Агнешка. Діпфейк та дезінформація. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності Академії Української Преси. 2020.
- 👁️ [Воюта Д. Штучний інтелект та медіа: траєкторія руху. ЦЕДЕМ. 19 березня 2024 р. Дипфейк – штучний інтелект на службі пропаганди. Український кризовий медіа-центр.](#)
- 👁️ [Жарикова А. Кількість кібератак у 2023 році зросла на 16% - Держспецзв'язку. Економічна правда. 31 січня 2024 р.](#)

- 👁 Канеман Д. Мислення швидке. Мислення повільне. Київ: Наш формат, 2019.
- 👁 [Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики.](#)
- 👁 [Коноплицький С. Чому люди вірять фейковим новинам? SPEKA. 30 січня 2024.](#)
- 👁 Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ: Книголав, 2022.
- 👁 Куляс І. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни. Детектор медіа. 30 жовтня 2014 р.
- 👁 [Мороз М. Як розпізнати діпфейк: конспект вебінару Михайла Кольцова. 4 лютого 2022.](#)
- 👁 [Нановська В. Вакцина для розуму. Медіамейкер. 27 червня 2024 р.](#)
- 👁 [Нановська В. The New York Times проти OpenAI: чи справді ШІ порушив авторське право? Медіамейкер. 9 липня 2024 р.](#)
- 👁 [НотаЄнота \(кейси для аналізу\).](#)
- 👁 [Печончик Т. Чому важливо говорити правду під час війни. Zmina.Info. 28 червня 2022 р.](#)
- 👁 Помаранцев П. Це не пропаганда. Київ: Yakaboo, 2020.
- 👁 [Рекомендації Мінцифри і ГО «Лабораторія цифрової безпеки» з відповідаль-](#)

[ного використання штучного інтелекту у сфері медіа.](#)

- 🌀 Рослінг Г. Фактологія. 10 хибних уявлень про світ. Київ: Наш формат, 2020.
- 🌀 [Словник з медіаграмотності. Фільтр. 2022.](#)
- 🌀 [Чернецька С. Ксенія Ілюк про пребанкінг. Детектор медіа. 25 листопада 2022 р.](#)
- 🌀 [Як розпізнати фейк? Міністерство інформаційної політики України.](#)
- 🌀 Harjani, T., Roozenbeek, J., et al. A Practical Guide to Prebunking Misinformation. 2022.
- 🌀 Jones Alex S. Losing the News. Oxford University Press, 2009.
- 🌀 Sussman Peter Y. Resolving Ethical Conflicts in Wartime. Society of Professional Journalists.

Київ, 2025