

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
журналістики та мовної комунікації
проф. Світлана ХАРЧЕНКО
«___» _____ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА
на тему:
**«МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ФЕЙКОВИМ НОВИНАМ:
ВІДЕОПІДКАЗКИ»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра
кандидат політичних наук, доцент

Денис РУДЕНЬ

Виконала

Анастасія ДЕНИСЕНКО

КИЇВ-2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри журналістики та мовної комунікації

_____ Світлана ХАРЧЕНКО

«__» _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломного проєкту бакалавра студентці

Денисенко Анастасії Олександрівні

Спеціальність: 061 Журналістика

Тема дипломного проєкту бакалавра: **«Методи протидії фейковим новинам: відеопідказки»**

Тему затверджено наказом ректора НУБіП України від «__» _____
202__ р. № _____ «__»

Термін подання завершеної роботи на кафедру: 01.05.2025

Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра:

Джерелом дослідження слугували сучасні соціальні мережі та платформи відеоконтенту (TikTok, Instagram, YouTube),

фактчекінгові ресурси та аналітичні дослідження з медіаграмотності.

Застосовано такі методи дослідження:

- теоретичний аналіз – для систематизації понять «фейкові новини», «медіаграмотність», «відеоконтент у боротьбі з фейками»;

- порівняльний аналіз – для виявлення ефективності різних форматів відеоподачі;
- практичний експеримент – створення та тестування відеопідказок у соцмережах для оцінки їх ефективності.

Перелік питань, які потрібно розробити:

- описати специфікацію створеного продукту: технічні характеристики відеопідказок, особливості роботи над ними та авторський задум;
- визначити цільову аудиторію проєкту та особливості її залучення;
- обґрунтувати актуальність теми «Методи протидії фейковим новинам» у сучасному інформаційному середовищі;
- розробити концепцію серії відеопідказок як інструменту підвищення медіаграмотності;
- створити власний інформаційний ресурс на базі TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts для розповсюдження відеопідказок та їх просування серед цільової аудиторії.

Дата видачі завдання: «01» жовтня 2024 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра

Кандидат політичних наук,

Денис РУДЕНЬ

Завдання прийняла до виконання

Анастасія ДЕНИСЕНКО

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОТИДІІ ФЕЙКОВИМ НОВИНАМ.....	6
1.1. Визначення фейкових новин: класифікація, причини поширення, вплив.....	6
1.2. Методи виявлення фейкових новин: огляд наукової літератури..	9
1.3. Аналіз медіаінструментів для боротьби з фейками...12	12
Висновки до першого розділу.....	15
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ТА ТЕСТУВАННЯ ВІДЕОПІДСКАЗОК ЯК МЕТОДУ ПРОТИДІІ ФЕЙКОВИМ НОВИНАМ.....	17
2.1. Концепція відеопідказок: визначення цільової аудиторії, формат, стиль.....	17
2.2. Технічні аспекти створення відео: програмне забезпечення, структура сценарію.....	19
2.3. Опис та аналіз створеного медіа-проєкту	22
Висновки до другого розділу.....	24
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВІДЕОПІДСКАЗОК ПРО МЕТОДИ ПРОТИДІІ ФЕЙКОВИМ НОВИНАМ.....	26
3.1. Аналіз платформ для просування: соціальні мережі, сайти, медіаканали.....	26
3.2. Ефективні стратегії залучення аудиторії для просування відео..	28
3.3. Рекомендації для подальшого використання відеопідказок.....	31
Висновки до третього розділу.....	34
ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38
ДОДАТКИ.....	39

ВСТУП

Фейкові новини є однією з найсерйозніших проблем сучасного інформаційного простору. Завдяки розвитку цифрових технологій і широкому поширенню соціальних мереж, неправдива інформація поширюється надзвичайно швидко, впливаючи на суспільну думку, політичні процеси та навіть на особисті переконання людей.

Дезінформація може мати різні форми - від маніпулятивних заголовків до повністю вигаданих новин, які створюються з метою обману ао впливу на аудиторію.

Особливо гостро ця проблема проявляється під час кризових ситуацій, коли суспільство найбільш вразливе до інформаційних вкидів.

Одним із ключових способів боротьби з фейками є підвищення рівня медіаграмотності серед користувачів. Якщо люди знають, як перевіряти факти, аналізувати джерела та розпізнавати маніпуляції, вони менше піддаються впливу неправдивих новин. Саме тому важливо розробляти освітні матеріали, які допоможуть аудиторії навчитися критично оцінювати інформацію.

У цьому контексті відеопідказки є ефективним методом, адже вони поєднують у собі візуальну складову, легкість сприйняття та швидкість поширення в соціальних мережах.

Метою цього дослідження є аналіз методів протидії фейковим новинам та розробка відеопідказок, які допоможуть користувачам краще розпізнавати неправдиву інформацію.

Для досягнення мети було визначено такі завдання: проаналізувати природу фейкових новин та їхній вплив на суспільство, розглянути основні методи виявлення дезінформації, створити та протестувати відеопідказки, а також розробити стратегії їхнього ефективного просування в соціальних мережах.

Об'єктом дослідження є фейкові новини як явище сучасного медіапростору, а предметом - відеопідказки як засіб підвищення медіаграмотності та боротьби з дезінформацією.

У ході роботи використовувалися такі методи дослідження: контент-аналіз для вивчення прикладів фейкових новин, порівняльний аналіз існуючих методів перевірки інформації, емпіричний метод для оцінки ефективності відеопідказок у соцмережах, а також методи цифрового маркетингу для розробки стратегії їхнього просування.

Практичне значення цього дослідження полягає в тому, що результати можуть бути використані для навчання журналістів, блогерів, громадських активістів і звичайних користувачів, які хочуть навчитися розпізнавати фейки. Відеопідказки можна застосовувати у програмах медіаграмотності, освітніх курсах та інформаційних кампаніях у соціальних мережах.

Апробація роботи здійснювалася шляхом тестування створених відеопідказок у соціальних мережах TikTok, Instagram Reels, та YouTube Shorts. Було проаналізовано реакцію користувачів, рівень залученості аудиторії та ефективність відео в протидії фейкам.

Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні основи фейкових новин, їхні характеристики, методи виявлення та аналіз наукових підходів до проблеми дезінформації. Другий розділ присвячено розробці відеопідказок: визначенню їхньої концепції, цільової аудиторії, технічним аспектам створення та тестуванню ефективності. У третьому розділі описано стратегії просування відеопідказок у соціальних мережах, методи залучення аудиторії та рекомендації щодо подальшого використання цього формату контенту.

Таким чином, ця робота спрямована на вивчення актуальної проблеми фейкових новин та пошук ефективного способу боротьби з ними через

відеопідказки. Використання соціальних мереж як платформи для розповсюдження медіаграмотного контенту дозволяє не лише інформувати користувачів, а й активно залучати їх до процесу перевірки новин, що є важливим кроком у протидії дезінформації.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОТИДІЇ ФЕЙКОВИМ НОВИНАМ

1.1 Визначення фейкових новин: класифікація, причини поширення, вплив

Фейкові новини (fake news) це інформація, яка є частково або повністю вигаданою та поширюється з метою маніпулювання суспільною думкою, досягнення політичних чи економічних цілей. Вони можуть виглядати як справжні журналістські матеріали, але їх головною особливістю є викривлення або фальсифікація фактів.[1]

Проблема фейкових новин набула масштабного характеру завдяки цифровим технологіям та соціальним мережам. Раніше контроль за інформацією здійснювали професійні журналісти та редактори, які перевіряли факти перед публікацією. Однак у сучасному медіапросторі кожен користувач може створювати контент і поширювати його, що ускладнює контроль за якістю інформації.

Однією з головних причин популярності фейкових новин є швидкість їхнього поширення. Дослідження Массачусетського технологічного інституту показало, що неправдива інформація поширюється у шість разів швидше, ніж правдива. Це пояснюється тим, що фейки часто мають емоційне забарвлення, шокуючий або сенсаційний характер, що привертає більше уваги користувачів.[2]

Фейкові новини поділяють за різними критеріями: змістом, метою поширення та засобами впливу.

За змістом фейкові новини бувають вигадки, напівправа та сатира. Вигадки - це новини, які повністю сфабриковані і не мають жодного фактичного підґрунтя. Прикладом може бути поширення новин про фальшиві відкриття, події, що ніколи не відбувалися, або вигадані заяви політиків.

Напівправа - новини, що базуються на реальних подіях, але подаються у спотвореному контексті. Наприклад, виривання слів політиків із контексту або навмисне викривлення фактів задля формування певного враження.

Сатира або пародія - гумористичні або сатиричні матеріали, які можуть сприйматися як справжні новини. Наприклад, статті з сайтів The Onion або Ukrainian Fake News іноді поширюються без вказівки на сатиричний характер, через що читачі сприймають їх як правдиві повідомлення.[3]

За метою поширення фейкові новини бувають з метою фінансової вигоди, політичного впливу чи дезінформації.

Фінансова вигода - створення сенсаційних новин для залучення трафіку та заробітку на рекламі. Багато новинних сайтів використовують клікбейтні заголовки, щоб змусити людей перейти за посиланням.

Політичний вплив - новини, спрямовані на маніпулювання суспільною думкою, підтримку певної політичної сили або дискредитацію опонентів. Особливо активно це проявляється під час передвиборчих кампаній.

Дезінформація - цілеспрямоване введення в оману аудиторії з метою впливу на суспільні настрої. Наприклад, поширення фейків про державні реформи, міжнародні відносини чи економічну ситуацію.[4]

Причинами поширення фейкових новин є поширення неправдивої інформації є складним процесом, який залежить від багатьох факторів. Основні причини цього явища включають алгоритми соціальних мереж. Сучасні соціальні мережі працюють за алгоритмами, які сприяють поширенню контенту, що викликає емоційну реакцію. Якщо новина отримує багато реакцій, вона поширюється ще більше, незалежно від того, правдива вона чи ні. Таким чином, фейкові новини, що викликають гнів, страх або обурення, отримують більше уваги, ніж реальні повідомлення.[5]

Значна частина користувачів не має достатніх навичок критичного мислення, щоб відрізнити правдиву новину від фейку. Відсутність навичок перевірки інформації робить людей більш вразливими до дезінформації.

Фейкові новини часто розраховані на емоційне сприйняття. Вони використовують сенсаційні заголовки, шокуючі подробиці або елементи маніпуляції, щоб змусити аудиторію повірити у їхню правдивість.

На відміну від традиційних медіа, які перевіряють інформацію перед публікацією, соціальні мережі дозволяють публікувати будь-який контент миттєво. Це значно ускладнює боротьбу з фейками, оскільки їхнє спростування займає набагато більше часу.

Деякі онлайн-видання публікують недостовірні новини заради отримання доходу від реклами. Вони створюють сенсаційний контент, щоб залучити більше читачів і отримати більше прибутку.[6]

Фейкові новини мають серйозні наслідки для суспільства та медіапростору. Люди, які регулярно стикаються з фейками, можуть почати сприймати їх як правдиві. Це впливає на їхні переконання, ставлення до подій і навіть виборчі рішення. Неправдива інформація може провокувати конфлікти між різними групами населення. Наприклад, фейкові новини про етнічні або релігійні питання можуть викликати суспільні заворушення.

Велика кількість фейків знижує рівень довіри до журналістики загалом. Люди починають сумніватися навіть у достовірних джерелах, що сприяє поширенню конспірологічних теорій.

Фейкові новини можуть змінювати політичний ландшафт, впливаючи на громадську думку під час виборів або політичних криз. Відомий приклад - втручання у вибори в США у 2016 році, коли поширення фейкових новин вплинуло на ставлення виборців до кандидатів.[7]

У періоди криз або пандемій фейки можуть створювати паніку та дезінформацію. Наприклад, під час пандемії COVID-19 активно

поширювалися фейкові новини про «чудодійні» ліки, що могли становити загрозу для здоров'я людей.[8]

Таким чином, проблема фейкових новин є надзвичайно актуальною, і для її вирішення необхідно використовувати комплексні підходи, зокрема підвищення рівня медіаграмотності, створення ефективних механізмів перевірки інформації та впровадження політики відповідальності за поширення фейкових новин.

1.2 Методи виявлення фейкових новин: огляд наукової літератури

Дослідження у сфері медіаграмотності пропонують кілька підходів до виявлення фейкових новин. Перш за все, важливим є перевірка джерел, що передбачає аналіз надійності самого джерела, перевірку автора та ознайомлення з іншими публікаціями, що допомагають оцінити його достовірність.[9] Наступним кроком є фактчекінг, який здійснюється за допомогою спеціалізованих платформ, таких як StopFake або Snopes, що дозволяють перевіряти факти та спростовувати неправдиву інформацію.[10] Крім того, важливим є аналіз контенту, що включає виявлення емоційної забарвленості тексту, маніпулятивних заголовків та помилкових даних.[11] Не менш важливими є технологічні інструменти, зокрема штучний інтелект, який може допомогти в автоматичному розпізнаванні маніпуляцій через аналіз тексту та зображень.[12]

Науковець Клер Вордл (Wardle, 2017) вказує на важливість медіаосвіти як одного з ключових способів протидії фейкам.[13]

Одним із найважливіших етапів розпізнавання фейкових новин є перевірка джерела, з якого отримана інформація. У сучасному медіапросторі існує велика кількість ресурсів, і не всі з них є надійними. Тому необхідно оцінювати достовірність джерела за кількома критеріями: репутацією видання, історією його публікацій, рівнем експертності авторів та наявністю підтверджень у інших незалежних ресурсах.[14]

Аналіз надійності джерела є ключовим кроком у перевірці достовірності інформації. Важливо звертати увагу на авторитетність джерела у відповідній сфері. Відомі медіа, такі як BBC, The Guardian, Reuters чи Associated Press, мають репутацію надійних завдяки дотриманню журналістських стандартів та перевірці фактів через кілька незалежних джерел.[15]

Достовірність новини також залежить від її автора. Він повинен бути фахівцем у своїй галузі або журналістом із перевіреною репутацією. Якщо ім'я автора вказане, варто дізнатися більше про нього, зокрема, чи є у нього професійний профіль, наприклад, у LinkedIn, чи працював він раніше у відомих медіа, а також чи має інші публікації, що відповідають журналістським стандартам. Фейкові новини часто публікуються без зазначення автора або під вигаданими іменами, що може свідчити про ненадійність джерела.[16]

Для перевірки достовірності інформації корисно порівняти її з іншими джерелами. Якщо новина з'явилася лише на одному сайті, це може викликати сумніви щодо її правдивості. Достовірні новини зазвичай поширюються кількома незалежними медіа. Також слід звернути увагу на тон публікацій: надмірно емоційна лексика, бездоказові звинувачення або сенсаційні заголовки можуть вказувати на маніпулятивний контент.

Деякі сайти маскуються під офіційні новинні портали, але насправді поширюють дезінформацію. Вони можуть мати назви, схожі на відомі медіа, але з незначними змінами у назві, наприклад, замість «bbc.com» – «bbc.news.com». Для перевірки надійності сайту варто переглянути розділ «Про нас», дізнатися про власника медіа та методи отримання і перевірки новин. Важливим є також фінансування ресурсу: відсутність прозорих джерел фінансування або інформації про власників може свідчити про заангажованість сайту.

Фактчекінг - це процес перевірки достовірності інформації за допомогою надійних джерел та спеціалізованих платформ. У сучасному світі з розвитком дезінформації з'явилися ресурси, які займаються перевіркою фактів та розвінчанням міфів. До таких платформ належать StopFake, який розвінчує фейки, пов'язані з війною, політикою та суспільними подіями, Snopes - один із найстаріших сайтів фактчекінгу, що перевіряє новини, чутки та конспірологічні теорії, FactCheck.org - незалежний проєкт, що займається перевіркою політичних заяв, а також Media Bias/Fact Check - сервіс, який допомагає оцінити рівень упередженості та достовірності медіа. Для перевірки новини можна ввести її ключові слова на цих сайтах і перевірити, чи вона не є фейком.[17]

Окрім перевірки джерел та фактів, важливо аналізувати сам контент. Фейкові новини часто мають спільні характеристики, зокрема, вони можуть бути емоційно забарвленими, оскільки маніпулятивні матеріали намагаються викликати сильні емоції, такі як страх, гнів або шок. Надто емоційні заголовки можуть свідчити про недостовірність. Фейки також часто використовують клікбейтні заголовки на кшталт «ШОК!», «НЕЙМОВІРНО!», «ВИ ЦЬОГО НЕ ЗНАЛИ!», метою яких є привернення уваги, навіть якщо зміст статті не відповідає заголовку. Іноді фейкові новини містять реальні факти, але подають їх у спотвореному вигляді, наприклад, наводять статистику без контексту або маніпулюють цифрами.

Сучасні технології допомагають у розпізнаванні фейкових новин. Штучний інтелект та автоматизовані системи аналізу можуть швидко визначати маніпуляції у текстах, зображеннях та відео. Існують програми для аналізу текстів на предмет маніпулятивності, які визначають емоційне забарвлення, узгодженість фактів та порівнюють текст із перевіреними джерелами. Фейки часто використовують старі або змінені зображення, тому для їх перевірки можна використовувати такі інструменти, як Google Reverse Image Search, що дозволяє знайти оригінальне джерело фото, TinEye,

який шукає схожі зображення в інтернеті, та FotoForensics, що допомагає визначити, чи було фото відредаговане.[18]

Окрему увагу слід приділяти перевірці відео. З розвитком дипфейків стало важливо аналізувати відеоконтент, використовуючи сервіси, які аналізують метадані відеофайлів та шукають оригінальні версії відео в інтернеті.

1.3 Аналіз медіаінструментів для боротьби з фейками

У сучасному цифровому світі боротьба з фейковими новинами стала одним із ключових викликів для журналістики, соціальних мереж і суспільства загалом. Існує кілька основних медіаінструментів, спрямованих на виявлення та нейтралізацію фейків, серед яких фактчекінгові платформи, алгоритми соціальних мереж та інформаційні кампанії. Проте кожен із цих методів має як свої переваги, так і певні обмеження.

Фактчекінгові платформи є одним із найефективніших інструментів у боротьбі з дезінформацією. Вони виконують функцію незалежних перевіряючих організацій, які аналізують факти, викривають маніпуляції та повідомляють про неправдиві заяви.

Однією з перших і найвідоміших платформ є StopFake. Ця ініціатива була створена в Україні у 2014 році з метою боротьби з дезінформацією в медіапросторі, особливо у зв'язку з подіями, пов'язаними з російсько-українською війною. StopFake аналізує новини, публікує їхнє спростування та навчає користувачів навичкам перевірки фактів.[19]

Ще однією авторитетною платформою є PolitiFact, що працює у США та спеціалізується на перевірці висловлювань політиків, публічних осіб і медіа. Політична дезінформація є одним із найпоширеніших видів маніпуляцій, тому платформи, подібні до PolitiFact, допомагають виборцям приймати обґрунтовані рішення на основі перевірених фактів.[20]

Інша важлива ініціатива – FactCheck.org, яка займається аналізом новин та перевіркою даних у США. Вона співпрацює з університетами та журналістськими організаціями для проведення незалежних розслідувань і виявлення фейкових повідомлень.

Фактчекінгові платформи є надзвичайно корисними для суспільства, оскільки надають перевірену та об'єктивну інформацію. Водночас вони мають певні обмеження:

Процес перевірки фактів вимагає значних ресурсів і часу, що унеможлиблює миттєве реагування на фейки.

Охоплення аудиторії залишається відносно обмеженим, оскільки далеко не всі користувачі звертаються до таких платформ для перевірки інформації.

Соціальні мережі є основним каналом поширення фейкових новин, тому великі платформи, такі як Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, активно розробляють механізми боротьби з дезінформацією.

Одним із найпоширеніших методів є автоматичне маркування підозрілого контенту. Наприклад, Facebook та Twitter застосовують алгоритми, які виявляють сумнівні новини та позначають їх як такі, що потребують перевірки. Якщо певна інформація отримує багато скарг від користувачів або має ознаки дезінформації, вона може бути позначена як «неперевірена» або «маніпулятивна».

Ще одним підходом є зменшення охоплення фейкових новин у стрічці новин. Алгоритми можуть знижувати видимість потенційно неправдивої інформації, не видаляючи її повністю, щоб уникнути цензури. Це робиться шляхом аналізу взаємодії користувачів: якщо новина позначена як сумнівна, вона стає менш видимою для широкої аудиторії.

Проте алгоритмічний підхід також має свої недоліки. Він не завжди є ефективним, оскільки може неправильно ідентифікувати правдиві новини як

підозрілі. Деякі фейки поширюються настільки швидко, що алгоритми не встигають їх обмежити.[21]

Противники боротьби з фейками стверджують, що така політика може використовуватися для маніпуляції суспільною думкою та цензури.

Одним із найбільш перспективних підходів у боротьбі з фейками є освітні програми та просвітницькі кампанії. Вони спрямовані на навчання людей критичному мисленню та навичкам аналізу інформації.

Наприклад, Європейський Союз та ЮНЕСКО підтримують освітні ініціативи з медіаграмотності, які навчають громадян основам перевірки фактів та методам виявлення маніпуляцій у ЗМІ

Серед ефективних інформаційних кампаній можна виділити наступні. «Думай, перш ніж поширювати» – глобальна ініціатива, спрямована на підвищення обізнаності щодо поширення фейкових новин у соцмережах. «MediaWise» – американська програма, що допомагає молоді та літнім людям розпізнавати дезінформацію. Навчання аудиторії є довготривалим процесом, але саме він дозволяє забезпечити сталий ефект у боротьбі з фейками. Проте цей метод також має свої труднощі, зокрема вимагає тривалого часу для впровадження та отримання результатів. Він охоплює не всю аудиторію, оскільки не всі люди готові навчатися медіаграмотності.

Попри існування численних інструментів для боротьби з дезінформацією, повністю подолати цю проблему досі не вдалося. Основними труднощами є швидкість поширення фейкових новин – часто неправдива інформація поширюється значно швидше, ніж її спростування; недостатність ресурсів для фактчекінгу – перевірка кожної новини вимагає значних людських і фінансових ресурсів; небажання частини аудиторії перевіряти інформацію – багато людей вірять у фейки через власні переконання і не прагнуть їх перевіряти.

Таким чином, ефективна боротьба з фейками потребує комплексного підходу: поєднання фактчекінгу, технологічних рішень і освітніх ініціатив.

Висновки до першого розділу

У першому розділі дослідження було розглянуто теоретичні аспекти фейкових новин, їхню класифікацію, причини поширення та вплив на суспільство. Фейкові новини стали невід'ємною частиною сучасного інформаційного простору, значно впливаючи на громадську думку, соціальні відносини та навіть політичні процеси. Вони можуть формувати викривлене сприйняття подій, маніпулювати емоціями людей і використовуватися як інструмент для досягнення певних цілей.

Основною проблемою фейкових новин є те, що вони легко поширюються завдяки соціальним мережам та алгоритмічним механізмам, які пріоритизують емоційно забарвлений та сенсаційний контент.

З'ясовано, що фейкові новини можуть бути класифіковані за різними критеріями. За змістом вони поділяються на повністю вигадані, напівправдиві та сатиричні.

Щодо цілей створення фейкових новин, їх можна поділити на три основні категорії: фінансові, політичні та дезінформаційні.

Розглянуто основні причини поширення фейкових новин. Одним із ключових факторів є алгоритми соціальних мереж, які просувають контент із високою взаємодією, незалежно від його достовірності.

Вплив фейкових новин на суспільство є багатограним і може мати як короткострокові, так і довгострокові наслідки.

Отже, аналіз фейкових новин дозволяє зробити кілька важливих висновків. По-перше, проблема фейків є надзвичайно актуальною в сучасному світі та вимагає комплексного підходу до її вирішення. По-друге, головними чинниками поширення дезінформації є алгоритми соціальних мереж, фінансова мотивація та низький рівень медіаграмотності. По-третє, вплив фейкових новин може бути масштабним, адже вони здатні змінювати суспільні настрої, спричиняти соціальні конфлікти та навіть впливати на політичні події.

Таким чином, боротьба з фейковими новинами є складним завданням, що потребує поєднання різних методів: підвищення рівня медіаграмотності населення, розробки ефективних механізмів перевірки інформації, впровадження відповідальних алгоритмів у соціальних мережах та вдосконалення медійної політики.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ТА ТЕСТУВАННЯ ВІДЕОПІДКАЗОК ЯК МЕТОДУ ПРОТИДІЇ ФЕЙКОВИМ НОВИНАМ

2.1 Концепція відеопідказок: визначення цільової аудиторії, формат, стиль

У сучасному цифровому середовищі дезінформація поширюється з високою швидкістю, особливо через соціальні медіа. Користувачі часто поширюють інформацію, не перевіряючи її достовірність, що зумовлює необхідність розвитку критичного мислення та вдосконалення навичок фактчекінгу. Одним із ефективних інструментів у цьому контексті є відеопідказки, які забезпечують швидке та доступне поширення необхідної інформації серед широкої аудиторії.[22]

Відеопідказки становлять собою короткі відеоматеріали, спрямовані на надання глядачам чітких рекомендацій або інструкцій. У межах боротьби з фейковими новинами такі матеріали використовуються для навчання методам перевірки інформації, виявлення маніпуляцій та формування критичного підходу до споживання контенту. Завдяки поєднанню візуального та аудіального компонентів відеопідказки сприяють ефективному залученню уваги й покращенню засвоєння матеріалу.[23]

Ключовим етапом у розробці відеопідказок є визначення цільової аудиторії. До основних груп, на які орієнтується даний формат, належать молодь та активні користувачі соціальних мереж, а також дорослі особи з обмеженим досвідом використання цифрових медіа[24]. Перша група активно споживає контент у форматі коротких відео, особливо на таких платформах, як TikTok та Instagram. Через довіру до інформації з цих джерел молодь є вразливою до дезінформації, що підкреслює важливість навчання критичному мисленню. Дорослі користувачі, які мають обмежені навички роботи з цифровими медіа, можуть менш критично ставитися до інформації,

тому адаптовані відеопідказки можуть допомогти їм ідентифікувати маніпулятивний контент.

Формат відеопідказок повинен відповідати особливостям сприйняття аудиторії. Оптимальна тривалість відеоматеріалів становить 30–60 секунд, що дозволяє ефективно утримувати увагу глядачів і передавати основні повідомлення без надмірного інформаційного навантаження. Структура відео має включати вступ (формулювання проблеми), основну частину (роз'яснення та інструкції) і висновок (підсумки та заклик до дії). Використання візуальних ефектів, інфографіки та анімації сприяє покращенню засвоєння матеріалу та підвищує привабливість контенту.

Стиль подання інформації у відеопідказках має відповідати очікуванням цільової аудиторії. Використання простої та доступної мови сприяє кращому розумінню матеріалу, особливо серед молодіжної аудиторії. Водночас слід уникати складної термінології та надмірної офіційності. Тональність контенту має бути дружньою та заохочувальною, що сприяє формуванню довіри та підвищенню залученості глядачів. Окрім цього, використання реальних прикладів або кейсів дозволяє наочно продемонструвати практичне застосування отриманих знань[25].

Для забезпечення максимальної ефективності відеопідказки мають поширюватися через найбільш популярні серед цільової аудиторії платформи. До таких платформ належать TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts, які є оптимальними для розміщення коротких відео. Використання актуальних хештегів та трендів сприяє розширенню охоплення аудиторії. Додатково ефективним методом є співпраця з інфлюенсерами – популярними блогерами та лідерами думок, що може підвищити довіру до контенту та рівень зацікавленості користувачів. Важливим також є інтегрування відеопідказок у освітні ресурси та навчальні програми, орієнтовані на розвиток медіаграмотності.

Оцінювання ефективності відеопідказок є необхідним для визначення їхнього впливу та подальшого вдосконалення контенту. Основними критеріями аналізу є статистика переглядів, рівень взаємодії та зворотний зв'язок аудиторії. Відстеження кількості переглядів, реакцій та коментарів дозволяє оцінити ступінь залученості користувачів. Високі показники взаємодії свідчать про актуальність і корисність матеріалу. Додатково доцільно проводити опитування для визначення ефективності відеопідказок та можливих напрямів їхнього вдосконалення. Аналіз коментарів і дискусій допомагає зрозуміти реакцію аудиторії та визначити ключові теми, що викликають найбільший інтерес або суперечки.

Зіставлення відеопідказок із іншими інформаційними форматами, такими як статті, подкасти чи інфографіка, дозволяє визначити їхню ефективність у порівнянні з альтернативними методами навчання критичному мисленню. Це сприяє розробленню оптимальних стратегій використання цифрових медіа для підвищення рівня інформаційної грамотності серед населення.[26]

2.2 Технічні аспекти створення відео: програмне забезпечення, структура сценарію

Створення якісних відеопідказок є важливим засобом у протидії поширенню фейкових новин та підвищенні рівня медіаграмотності населення. Досягнення цієї мети потребує ретельного підходу до вибору програмного забезпечення та розробки структури сценарію. Вибір відповідного програмного забезпечення визначається рівнем підготовки користувача, технічними характеристиками та очікуваним результатом. Серед найбільш поширених інструментів для створення відеопідказок варто виокремити CapCut, Adobe Premiere Pro, Canva та Google Lens.

CapCut є безкоштовним відеоредактором, розробленим компанією ByteDance, який доступний для мобільних пристроїв на базі iOS та Android,

а також має версії для Windows та Mac. Цей редактор надає можливість швидкого та ефективного створення динамічних відеороликів безпосередньо на смартфоні або комп'ютері. До основних функцій CapCut належать обрізка та об'єднання відео, управління швидкістю відтворення, додавання музичних і звукових ефектів, використання візуальних ефектів та фільтрів, а також автоматичне створення субтитрів на основі технологій штучного інтелекту. Завдяки простоті використання цей редактор є оптимальним вибором для новачків та користувачів, які прагнуть швидко створювати якісний контент без глибоких знань у відеомонтажі.[27]

Adobe Premiere Pro є професійним інструментом для редагування відео, який надає широкий спектр можливостей для створення високоякісного контенту. Програма дозволяє виконувати точне налаштування кожного кадру, працювати з кількома відеодоріжками та аудіоканалами, здійснювати колірну корекцію та градацію, а також інтегруватися з іншими продуктами компанії Adobe, такими як After Effects і Photoshop. Крім того, Adobe Premiere Pro підтримує роботу з відеофайлами різних форматів та роздільних здатностей, включаючи 8K, що робить його оптимальним вибором для створення складних відеопідказок із високим рівнем деталізації.[28]

Canva є онлайн-платформою для графічного дизайну, яка також містить функціонал для створення відеоконтенту. Цей інструмент є зручним для користувачів, які прагнуть швидко створювати прості відеопідказки, використовуючи шаблони та готові елементи. Серед ключових можливостей Canva можна виокремити велику бібліотеку шаблонів, простий інтерфейс перетягування, а також доступ до стокових зображень і відео. Завдяки інтуїтивно зрозумілому дизайну платформа є ефективним рішенням для створення відео з акцентом на візуальний стиль та простоту використання.[29]

Google Lens є додатком, який використовує технології комп'ютерного зору для ідентифікації об'єктів та отримання інформації про них. У контексті створення відеопідказок цей інструмент може бути корисним для демонстрації процесу перевірки зображень на автентичність та виявлення фейкових матеріалів. Основними можливостями Google Lens є зворотний пошук зображень, який дозволяє визначити, чи було фото змінено або вирване з контексту, ідентифікація джерела зображення шляхом аналізу сайтів, де воно з'являлося раніше, а також розпізнавання тексту, що дає змогу перевіряти походження цитат та фрагментів статей. Ці функції можуть бути використані у відеопідказках для навчання аудиторії методам перевірки достовірності контенту[30].

Структура відеопідказки відіграє ключову роль у забезпеченні ефективності її сприйняття. Оскільки увага користувачів соціальних мереж є короткотривалою, сценарій повинен бути лаконічним і динамічним. Оптимальною є класична структура, яка включає декілька етапів. На початку використовується так званий «гачок» (Hook), який привертає увагу глядача за допомогою питання, сенсаційного факту або інтригуючого початку. Наступний етап – формулювання проблеми, що дозволяє акцентувати увагу на актуальності теми. Далі йде демонстрація способу вирішення проблеми, наприклад, за допомогою доступних інструментів перевірки інформації. Для підтвердження ефективності запропонованого методу використовується реальний приклад, що підкріплює теоретичні твердження практичними кейсами. Завершальним етапом є заклик до дії (Call to action), який мотивує глядача застосовувати отримані знання на практиці, зокрема, зберегти відео чи поділитися ним для підвищення обізнаності інших користувачів.

Таким чином, створення відеопідказок є ефективним методом протидії фейковим новинам, який базується на використанні відповідного програмного забезпечення та чітко структурованого сценарію. Поєднання якісного контенту та правильної подачі інформації сприяє підвищенню рівня

критичного мислення аудиторії та формуванню навичок перевірки достовірності контенту у цифровому просторі.

2.3 Опис та аналіз створеного медіа-проєкту

На основі розробленої концепції було створено серію відеопідказок, кожна з яких висвітлює окремий аспект боротьби з фейковими новинами.

Головна ідея цих відео - навчити людей швидко перевіряти інформацію та не поширювати неправдиві новини. Оскільки сучасні користувачі звикли до короткого контенту, відеопідказки були створені у форматі коротких роликів, тривалістю 30-60 секунд. Такий формат є ідеальним для соціальних мереж, зокрема TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts. Покликання на відеопідказки та зовнішній вигляд відеопідказок наведені в Додатку 1.

Одне з відео демонструє, як розпізнати фейкове зображення за допомогою інструменту Google Lens. У ролику глядач бачить фото, яке активно поширюється в соціальних мережах, а потім ведучий показує, як можна перевірити його справжність, використовуючи функцію зворотнього пошуку зображень. В іншому відео пояснюється, як перевірити достовірність новини через пошук у Google. Глядачеві демонструється, що якщо новина з'явилася лише на одному маловідомому сайті та відсутня на авторитетних платформах, це може свідчити про її недостовірність. Також були створені ролики, що навчають розпізнавати маніпулятивні заголовки та виявляти ботів у коментарях.

Для оцінки ефективності відеопідказок вони були опубліковані на платформах TikTok та Instagram Reels. Протягом першого тижня після публікації загальна кількість переглядів перевищила 5000. Це свідчить про значний інтерес аудиторії до теми розпізнавання фейкових новин. Відео

отримали понад 600 вподобайок і 150 коментарів, що є хорошим показником для освітнього контенту.[31]

Аналіз коментарів показав, що найбільший відгук отримали відео з реальними прикладами фейкових новин. Коли користувачі впізнавали заголовки або зображення, які вони раніше бачили в мережі, це підвищувало їхню зацікавленість та довіру до контенту. Багато глядачів ділилися своїми історіями про те, як вони стикалися з дезінформацією та які методи використовували для перевірки новин. Деякі коментарі містили запити на додаткові відео з інструкціями щодо перевірки аудіо та відеофайлів, що свідчить про потребу в розширенні тематики відеопідказок.

Також було проаналізовано залученість аудиторії та поведінкові фактори. Найкраще працювали відео, у яких ведучий звертався безпосередньо до глядача, ставив запитання та просив взаємодіяти з контентом. Наприклад, у відео про маніпулятивні заголовки було запитання: «Чи траплялися вам новини з кричущими заголовками? Напишіть у коментарях приклади!» Це сприяло активному обговоренню, що, у свою чергу, підвищило охоплення відео завдяки алгоритмам соцмереж.[32]

Крім того, відео, у яких використовувалися трендові звуки та популярні візуальні ефекти, отримали більше переглядів. Це свідчить про те, що поєднання освітнього контенту з розважальними елементами допомагає привертати увагу аудиторії. Наприклад, відео про те, як перевіряти фото на фейковість, було оформлене у стилі швидкого монтажу з інтерактивними написами та емодзі, що зробило його більш привабливим для молодії аудиторії.

Для подальшого вдосконалення відеопідказок варто розглянути можливість розширення тематики. Наприклад, можна створювати відео про те, як розпізнати дипфейки, які стають все більш популярними. Також можна додавати інтерактивні елементи, такі як опитування або короткі тести, які допоможуть аудиторії краще засвоювати матеріал.

Ще одним перспективним напрямком є співпраця з медіаекспертами та фактчекерами. Запрошення до відео спеціалістів із перевірки фактів може підвищити довіру аудиторії та зробити контент більш професійним. Крім того, корисним буде розширення каналів розповсюдження відеопідказок – наприклад, їх можна інтегрувати в освітні курси з медіаграмотності або використовувати в журналістських матеріалах про боротьбу з фейками.[33]

Загалом, створення та поширення відеопідказок є ефективним методом підвищення обізнаності про фейкові новини та способи їх розпізнавання. Використання популярних соціальних платформ дозволяє охопити велику кількість користувачів та сприяти формуванню критичного мислення в суспільстві. Аналіз результатів показав, що цей формат добре сприймається аудиторією, проте для подальшого розвитку проєкту необхідно адаптувати контент під нові інформаційні виклики та вдосконалювати методи залучення глядачів.

Висновки до другого розділу

У другому розділі розглянуто концепцію відеопідказок як ефективного інструменту боротьби з фейковими новинами.

Одним із ключових аспектів створення відеопідказок є визначення цільової аудиторії. Молодь, яка найбільше споживає контент у форматі коротких відео, часто стикається з фейковими новинами.

З'ясовано, що важливим аспектом створення відеопідказок є вибір програмного забезпечення. Порівняно такі інструменти створення відеопідказок як CapCut, Adobe Premiere Pro, Canva. Також продемонстровано, що використання Google Lens є особливо актуальним для відеопідказок, оскільки цей інструмент дозволяє швидко перевіряти автентичність зображень та знаходити їхнє джерело.

Окрім цього, варто зазначити, що відеопідказки можуть бути не лише інструментом протидії фейкам, а й способом підвищення загального рівня медіаграмотності.

Отже, використання відеопідказок є одним із найбільш ефективних сучасних методів боротьби з фейковими новинами. Завдяки візуальному контенту, динамічному формату та простим поясненням вони дозволяють швидко і доступно навчати людей перевіряти інформацію. Вибір правильної цільової аудиторії, продумана структура сценарію та використання сучасних технологічних інструментів є ключовими факторами успіху таких відео. Проте для максимального ефекту варто інтегрувати відеопідказки в комплексні стратегії боротьби з дезінформацією, що включають медіаосвіту та фактчекінг.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВІДЕОПІДКАЗОК ПРО МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ФЕЙКОВИМ НОВИНАМ

3.1 Аналіз платформ для просування: соціальні мережі, сайти медіаканали

У сучасному інформаційному просторі відеоконтент є одним із найефективніших засобів комунікації, що особливо актуально для поширення освітніх матеріалів, спрямованих на розвиток медіаграмотності та навичок критичного мислення. Вибір відповідних платформ для розповсюдження відеопідказок є важливим аспектом, оскільки кожна соціальна мережа або медіаканал має специфічні особливості аудиторії та алгоритми роботи.

Однією з найперспективніших платформ для поширення відеопідказок є соціальна мережа TikTok, яка орієнтована на короткий відеоформат і має високу залученість користувачів. Її алгоритми сприяють поширенню контенту не лише серед підписників акаунту, а й серед ширшої аудиторії завдяки механізму рекомендацій. Висока ймовірність вірусного поширення відео забезпечує ефективну передачу інформації, що особливо важливо у сфері медіаграмотності. Додатковими перевагами TikTok є можливість інтерактивного залучення аудиторії, використання трендових аудіодоріжок та візуальних ефектів, що підвищує ймовірність потрапляння відео у список рекомендацій.[34]

Instagram Reels також є ефективним засобом поширення коротких відеопідказок, хоча його аудиторія має дещо інші характеристики. Користувачі цієї платформи зазвичай більше орієнтовані на якісний візуальний контент та довіряють експертним джерелам. Функціональні можливості Instagram дозволяють створювати естетично привабливі відео за допомогою інструментів редагування, додавання тексту та графічних елементів. Крім того, використання хештегів, позначок сторінок та

колаборацій з популярними акаунтами сприяє підвищенню охоплення контенту.[35]

Ще однією платформою, що набуває популярності у сфері коротких відео, є YouTube Shorts. Основною перевагою цього сервісу є його інтеграція з екосистемою YouTube, яка має стабільну аудиторію та значні можливості для довготривалого збереження контенту. На відміну від інших платформ, де відео швидко втрачає актуальність, на YouTube Shorts навіть старі ролики можуть продовжувати набирати перегляди завдяки оптимізації під пошукові запити. Додатковим фактором ефективності є можливість групування відео в плейлисти, що сприяє їх систематичному перегляду користувачами.[36]

Окрім основних соціальних мереж, значний потенціал для поширення відеопідказок мають Facebook-групи та Telegram-канали. Аудиторія Facebook здебільшого складається з користувачів віком від 30 років, які схильні до споживання більш аналітичного та ґрунтовного контенту. Тематичні групи з медіаграмотності надають можливість обговорення відеоматеріалів, залучення експертів та активного обміну думками. У свою чергу, Telegram дозволяє швидко та безпосередньо доставляти контент підписникам через канали або групові чати, забезпечуючи його доступність у будь-який зручний час.[37]

Таким чином, вибір платформи для розповсюдження відеопідказок залежить від характеристик цільової аудиторії та специфіки контенту. ТікТок є оптимальним для залучення молодіжної аудиторії завдяки високій вірусності контенту, Instagram Reels підходить для створення візуально привабливих освітніх матеріалів, а YouTube Shorts забезпечує довготривалу актуальність відео. Водночас Facebook-групи та Telegram-канали можуть бути ефективними інструментами для комунікації з більш зрілою аудиторією, орієнтованою на аналітичний підхід до інформації. Раціональний вибір платформи сприятиме максимальному охопленню відеопідказок та підвищенню рівня медіаграмотності серед населення.

3.2 Ефективні стратегії залучення аудиторії для просування відео

Попри високу якість та інформативність відеоконтенту, його популярність та ефективність значною мірою залежать від правильного просування. Соціальні мережі функціонують на основі алгоритмів, що аналізують взаємодію користувачів із контентом і визначають, яке відео буде показане ширшій аудиторії. Відтак, ефективна стратегія розповсюдження відеопідказок у цифровому середовищі вимагає не лише створення змістовного контенту, але й застосування комплексного підходу до його популяризації.[38]

Одним із найдієвіших інструментів розширення охоплення є використання вірусних трендів, які базуються на популярних темах, форматах та аудіовізуальних елементах. Алгоритми платформ TikTok та Instagram Reels надають перевагу відео, що містять трендові звукові доріжки, характерні стилістичні прийоми або відображають актуальні соціальні дискусії. Наприклад, інтеграція популярних музичних фрагментів, цитат або поширених мемів може сприяти тому, що відеопідказка потрапить у стрічку рекомендацій. Крім того, застосування візуальних ефектів, швидких переходів між кадрами та текстових вставок підвищує привабливість контенту для глядачів, що, у свою чергу, сприяє збільшенню часу перегляду та рівня залученості.

Проте важливо враховувати, що механічне копіювання популярних відеоформатів не гарантує успіху. Оптимальним підходом є адаптація вірусних елементів до тематичних особливостей контенту. Наприклад, якщо в інформаційному просторі активно обговорюється маніпулятивна новина, створення відеопідказки з її фактчекінгом у трендовому форматі може сприяти поширенню достовірної інформації серед широкої аудиторії. Використання таких методів дозволяє ефективно інтегрувати

просвітницький контент у популярні цифрові тенденції та збільшувати його охоплення.[39]

Не менш важливим аспектом просування відеопідказок є стимулювання аудиторії до активної взаємодії з контентом. Алгоритми соціальних мереж надають перевагу відео, які отримують значну кількість реакцій, зокрема лайків, коментарів та поширень. Тому додавання до відео закликів до дії є ефективним способом підвищення рівня залученості користувачів. Наприклад, відеопідказка може містити запитання, що спонукає до дискусії, такі як: «Чи доводилося вам стикатися з фейковими новинами?» або «Які методи перевірки інформації ви використовуєте?». Подібні запитання не лише сприяють активному коментуванню, а й формують критичне мислення аудиторії.

Крім того, прямі заклики до конкретних дій, наприклад: «Поставте лайк, якщо ця інформація була для вас корисною» або «Поширте це відео, щоб більше людей дізналися, як розпізнавати фейки», можуть суттєво підвищити рівень взаємодії. Також ефективним є заохочення підписки на канал чи сторінку, що дозволяє поступово формувати лояльну спільноту користувачів, зацікавлених у тематиці медіаграмотності.[40]

Окрім самостійного створення та поширення контенту, значний потенціал для збільшення охоплення мають партнерські колаборації з відомими блогерами, журналістами та фактчекерами. Спільна розробка відеопідказок із експертами у сфері медіа дозволяє не лише підвищити рівень довіри до контенту, а й залучити нову аудиторію, яка орієнтується на думку лідерів громадської думки. Зокрема, експертне відео, у якому журналіст пояснює методи перевірки фото- та відеоматеріалів, має значно вищу ймовірність привернення уваги користувачів.

Ще одним ефективним способом розширення аудиторії є залучення популярних блогерів, які можуть поширювати відеопідказки у своїх профілях або згадувати їх у власному контенті. Взаємодія з відомими

фактчекерськими організаціями також є важливим чинником популяризації достовірної інформації. Наприклад, розміщення коментарів під відео впливових медіааналітиків або інформаційних ресурсів може сприяти підвищенню впізнаваності відеопідказок серед зацікавленої аудиторії.

Не менш значущим фактором успішного просування є регулярність публікацій. Алгоритми соціальних мереж віддають перевагу профілям, які постійно оновлюють контент, забезпечуючи стабільний інформаційний потік. Відсутність нових публікацій протягом тривалого часу може призвести до зниження видимості акаунту, тоді як часте публікування сприяє зростанню охоплення. Для підтримання систематичної активності доцільно використовувати контент-планування, що дозволяє рівномірно розподіляти публікації протягом певного періоду.[41]

Одним із ефективних методів забезпечення регулярності є підготовка відео заздалегідь, що дозволяє уникнути нерівномірного завантаження контентом. Наприклад, створення кількох відеопідказок під час одного знімального процесу дає змогу поступово публікувати їх у визначені дні. Додатково доцільно аналізувати статистичні дані соціальних мереж, що дозволяє оцінювати ефективність окремих відео та коригувати стратегію просування залежно від отриманих результатів.

Таким чином, успішне просування відеопідказок у соціальних мережах вимагає комплексного підходу, що передбачає інтеграцію різних стратегій. Використання вірусних трендів дозволяє залучати ширшу аудиторію, тоді як заклики до взаємодії стимулюють активність користувачів, сприяючи поширенню контенту. Співпраця з лідерами думок підвищує рівень довіри до інформації та розширює коло глядачів. Водночас регулярне публікування відео є ключовим чинником успіху, оскільки забезпечує стабільний потік контенту, що позитивно впливає на алгоритмічні механізми соціальних платформ.

Поєднання цих підходів сприяє підвищенню рівня медіаграмотності користувачів, поширенню достовірної інформації та формуванню стійкої спільноти людей, зацікавлених у критичному аналізі медіаконтенту.

3.3 Рекомендації для подальшого використання відеопідказок

Результати попередніх досліджень свідчать про те, що відеопідказки викликають позитивний відгук серед аудиторії, особливо коли вони реалізовані у динамічному та візуально привабливому форматі. Проте для досягнення максимальної ефективності необхідно не лише підтримувати постійне створення та публікацію контенту, а й удосконалювати його, розширюючи тематичний спектр та впроваджуючи нові стратегії поширення.

На початкових етапах реалізації проєкту більшість відеопідказок були зосереджені на перевірці новин та фотоматеріалів, що є ключовим аспектом фактчекінгу. Однак медіаграмотність охоплює значно ширший спектр питань, що зумовлює необхідність розширення тематики. Такий підхід сприятиме залученню ширшої аудиторії та підвищенню рівня обізнаності громадськості щодо механізмів інформаційних маніпуляцій.

Доцільним є зосередження уваги на таких аспектах медіаграмотності, як розпізнавання дипфейків, методи маніпуляції у соціальних мережах, функціонування алгоритмів соціальних платформ, роль ботів та фейкових акаунтів, а також розвиток критичного мислення в цифровому середовищі. Зокрема, поширення алгоритмічно згенерованих відео та аудіозаписів потребує детального аналізу механізмів їх виявлення, оскільки сучасні технології штучного інтелекту значно ускладнюють відрізнення справжнього контенту від сфальсифікованого.[42]

Також важливим є розгляд методів інформаційної маніпуляції в соціальних мережах. Виявлення прийомів, таких як використання емоційно забарвлених заголовків, навмисне спотворення фактів та маніпулятивна

інтерпретація цитат, сприятиме формуванню навичок критичного аналізу інформації. Додатково доцільним є роз'яснення принципів роботи алгоритмів соціальних мереж, оскільки велика кількість користувачів не усвідомлює, що контент у їхніх інформаційних стрічках формується автоматизованими системами на основі попередньої взаємодії, а не відображає об'єктивну картину подій.[43]

Ще одним важливим напрямом є аналіз функціонування ботів та мереж фейкових акаунтів, що використовуються для масового поширення дезінформації. Надання практичних порад щодо розпізнавання таких акаунтів сприятиме підвищенню інформаційної безпеки користувачів. Також особливої уваги заслуговує розвиток критичного мислення як фундаментальної навички для ефективного сприйняття інформації в цифрову епоху. Впровадження практичних рекомендацій щодо перевірки фактів та аналізу джерел сприятиме підвищенню стійкості суспільства до маніпулятивних технологій.

Окрім використання відеопідказок у соціальних мережах, їх інтеграція в освітній процес може суттєво підвищити ефективність навчання медіаграмотності. Відеоконтент може стати корисним інструментом для викладачів різних рівнів освіти. Зокрема, у шкільній освіті відеопідказки можуть бути використані в межах уроків інформатики, громадянської освіти та історії для розвитку навичок аналізу інформації серед учнів. В університетському середовищі вони можуть слугувати доповненням до навчальних курсів із журналістики, масових комунікацій та соціології.

Застосування відеопідказок також є актуальним у професійній підготовці журналістів, де вони можуть сприяти швидкому засвоєнню ключових принципів фактчекінгу. Крім того, створення спеціалізованих навчальних програм із медіаграмотності, орієнтованих на широку аудиторію, дозволить розширити коло осіб, які отримують доступ до практичних знань у цій сфері. Використання відеопідказок у поєднанні з

методичними матеріалами, такими як тести та дискусійні завдання, сприятиме підвищенню рівня інтерактивності навчального процесу та кращому засвоєнню інформації.

Для розширення охоплення аудиторії важливим є використання методів платного просування контенту. Сучасні соціальні платформи, такі як Facebook, Instagram та TikTok, пропонують широкі можливості таргетованої реклами, що дозволяє забезпечити показ відеопідказок саме тим користувачам, які можуть бути зацікавлені у тематиці медіаграмотності.[44]

Ефективна рекламна кампанія передбачає ретельний вибір цільової аудиторії, яка може включати журналістів, студентів, викладачів та осіб, що активно цікавляться новинами та медіа. Важливим є формулювання привабливих рекламних повідомлень, які б акцентували увагу на корисності контенту та практичному застосуванні отриманих знань. Наприклад, ефективним може бути формат реклами, що привертає увагу вже в перші секунди перегляду, оскільки візуально насичений та динамічний контент має вищу ймовірність залучення користувачів.

Додатковим інструментом розширення аудиторії є організація флешмобів та челенджів у соціальних мережах, що сприяє активному поширенню відеопідказок у форматі користувацького контенту. Такий підхід дозволяє не лише збільшити охоплення, а й залучити користувачів до обговорення теми, формуючи стійку спільноту, зацікавлену в медіаграмотності.[45]

Таким чином, подальший розвиток відеопідказок як інструменту медіаграмотності має ґрунтуватися на комплексному підході, що включає розширення тематичного спектра, інтеграцію в освітні програми, використання ефективних методів просування та залучення нових аудиторій. Поєднання цих стратегій сприятиме підвищенню обізнаності населення щодо сучасних викликів інформаційного середовища,

формуванню критичного мислення та зменшенню впливу дезінформації на суспільство.

Висновки до третього розділу

Відеопідказки є ефективним інструментом для підвищення рівня медіаграмотності та боротьби з дезінформацією. Їхня популярність пояснюється зручним форматом, доступною подачею та високим рівнем залученості аудиторії. Проте для максимального впливу важливо не лише створювати якісний контент, а й правильно його просувати та інтегрувати у ширший інформаційний простір.

Аналіз платформ для поширення відеопідказок показав, що найкращими майданчиками є TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts, оскільки їхні алгоритми сприяють вірусному поширенню коротких відео. Окрім того, використання Facebook-груп та Telegram-каналів допомагає охопити більш серйозну аудиторію, яка цікавиться фактчекінгом.

Обґрунтовано, що для залучення ширшої аудиторії необхідно використовувати стратегії, які підвищують видимість контенту, а саме: використання вірусних трендів та популярних звуків; стимулювання взаємодії глядачів через коментарі та обговорення; співпраця з блогерами та журналістами для розширення охоплення; регулярне публікування нового контенту відповідно до алгоритмічних особливостей платформ.

Подальший розвиток відеопідказок передбачає розширення тематики, інтеграцію в освітні, використання таргетованої реклами, проведення інтерактивних флешмобів та челенджів.

Поєднання цих підходів допоможе не лише збільшити популярність відеопідказок, а й зробити їх дієвим інструментом у боротьбі з фейками та маніпуляціями. Впровадження сучасних методів залучення аудиторії та розширення можливостей використання відеоконтенту сприятиме формуванню більш свідомого та критично мислячого суспільства.

ВИСНОВКИ

У роботі було досліджено проблему фейкових новин та методи їхнього виявлення, а також розроблено й протестовано відеопідказки як ефективний інструмент боротьби з дезінформацією.

У першому розділі було проаналізовано феномен фейкових новин, їхню природу, основні типи та причини поширення. Дослідження показало, що фейки виникають через інформаційні маніпуляції, недостатню медіаграмотність аудиторії та алгоритми соціальних мереж, які сприяють швидкому розповсюдженню сенсаційного контенту. Були розглянуті методи виявлення фейкових новин, зокрема перевірка джерел, фактчекінгові сервіси та аналіз заголовків і зображень.

Другий розділ був присвячений розробці відеопідказок як практичного способу боротьби з фейками. Було визначено, що відеоформат є зручним і ефективним для залучення аудиторії, особливо в соціальних мережах. Визначено ключові принципи створення відеопідказок: динамічність, інтерактивність, простота подачі інформації. На основі цих принципів було створено серію відеороликів, які пояснюють, як швидко перевірити новину, розпізнати маніпулятивний заголовок, визначити фейковий акаунт та використовувати фактчекінгові сервіси. Результати тестування відеопідказок у TikTok та Instagram Reels показали їхню ефективність: вони набрали значну кількість переглядів, лайків і коментарів, що свідчить про високий рівень зацікавленості аудиторії.

У третьому розділі було розглянуто стратегії просування відеопідказок, щоб вони досягли максимально широкої аудиторії. Було визначено, що найефективнішими платформами для поширення є TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts, оскільки ці сервіси віддають перевагу короткому відеоконтенту та сприяють його вірусному розповсюдженню. Також було розглянуто методи залучення аудиторії, зокрема використання вірусних трендів, інтерактивних елементів, закликів до коментування, а

також співпраця з блогерами та фактчекінговими організаціями. Було запропоновано подальші напрямки розвитку відеопідказок: покращення якості контенту, розширення тематики, інтеграція в освітні програми та використання таргетованої реклами для збільшення охоплення.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що відеопідказки є дієвим інструментом у боротьбі з фейковими новинами, адже вони дозволяють швидко та доступно пояснювати аудиторії основні принципи фактчекінгу. Соціальні мережі відкривають можливості для ефективного розповсюдження таких відео, а правильно вибудована стратегія просування сприяє їхній популяризації. Однак боротьба з фейками потребує комплексного підходу, і відеопідказки можуть бути лише частиною ширшої інформаційної кампанії, спрямованої на підвищення рівня медіаграмотності суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковальчук О. В. Фейкові новини як загроза інформаційній безпеці суспільства // Вісник студентського наукового товариства. – 2020. – №12. – С. 45 – 52. – Режим доступу: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9245/9190>.
2. Рада Європи. Дезінформація та виборчі кампанії // Офіційний сайт Ради Європи. – 2019. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/disinformation-and-electoral-campaigns-ukrainian-version-/16809fa920>.
3. Наука і фейки: теорія брехні. Чому ми віримо фейкам та що нам із цим робити // Наука.UA. – 2021. – Режим доступу: <https://nauka.ua/article/teoriya-brejni-chomu-mi-virimo-fejkam-ta-shcho-nam-iz-cim-robiti>.
4. StopFake.org. Офіційний сайт проєкту StopFake – боротьба з дезінформацією. – Режим доступу: <https://www.stopfake.org>.
5. VoxUkraine. Як алгоритми соціальних мереж сприяють поширенню фейкових новин // VoxUkraine. – 2022. – Режим доступу: <https://voxukraine.org>.
6. BBC Україна. Як розпізнати фейкові новини та боротися з ними? // BBC News Україна. – 2020. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51219366>.
7. Deutsche Welle. Втручання у вибори в США: як фейкові новини вплинули на суспільну думку // DW Україна. – 2017. – Режим доступу: <https://www.dw.com>.
8. Європейська служба боротьби з дезінформацією. Як фейки впливали на поведінку людей під час пандемії COVID-19 // EU vs Disinfo. – 2021. – Режим доступу: <https://euvsdisinfo.eu>.
9. Silverman, C. (2015). "Lies, Damn Lies, and Viral Content." Tow Center for Digital Journalism.

10. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). "Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making." Council of Europe Report.
11. Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). "Beyond misinformation: Understanding and coping with the 'post-truth' era." *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.
12. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). "The spread of true and false news online." *Science*, 359(6380), 1146-1151.
13. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). "Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making." Council of Europe Report.
14. Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). "The science of fake news." *Science*, 359(6380), 1094-1096.
15. Graves, L. (2018). "Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking." *Journalism Studies*, 19(5-6), 613-631.
16. Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). "Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality." *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(7), 2521-2526.
17. Zollo, F., Bessi, A., Del Vicario, M., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2018). "Debunking in a world of tribes." *PLOS ONE*, 12(7), e0181821.
18. Paris, B., & Donovan, J. (2019). "Deepfakes and synthetic media: The new misinformation battleground." Data & Society Institute.
19. StopFake. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.stopfake.org>
20. PolitiFact. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.politifact.com>

21. Facebook Help Center. About false news. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/help/1952307158131536>
22. ЮНЕСКО. Посібник з медіа- та інформаційної грамотності. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://unesdoc.unesco.org>
23. European Commission. Tackling online disinformation: a European approach. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://digital-strategy.ec.europa.eu>
24. CapCut. Official website. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.capcut.com>
25. Google. About Google Lens. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://lens.google>
26. Think Media. How to Structure Short Videos for Social Media. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.youtube.com/thinkmedia>
27. Власне відео з проєкту (див. Додаток 1).
28. Аналітика TikTok / Instagram, перегляди: 5000+, вподобайки: 600+, коментарі: 150 (згідно з результатами публікації).
- 29.
30. First Draft. A journalist's guide to fact-checking and verification. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://firstdraftnews.org>
31. TikTok. About TikTok algorithm. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.tiktok.com>
32. Instagram. How Reels Work. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://help.instagram.com>
33. YouTube Shorts. How Shorts algorithm works. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://support.google.com/youtube>
34. Meta for Creators. Facebook Groups for Engagement. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/creators>

35. Telegram FAQ. How channels and groups function. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://telegram.org/faq>
36. Hootsuite. Social Media Algorithms in 2024. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://blog.hootsuite.com>
37. First Draft. Best Practices in Media Literacy Campaigns. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://firstdraftnews.org>
38. UNESCO. Media and Information Literacy Recommendations. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org>
39. Meta Ads Library. Facebook and Instagram targeting. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.facebook.com/ads/library>
40. Buffer. How to Create Content Plan for Reels. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://buffer.com/resources>

ДОДАТКИ

Покликання на відеоролик 1: <https://vm.tiktok.com/ZMB3q1kqP/>

Покликання на відеоролик 2: <https://vm.tiktok.com/ZMB3qhtRt/>

Покликання на відеоролик 3: <https://vm.tiktok.com/ZMB3qhtRt/>

Перший відеоролик присвячений: “Як перевіряти джерело новини??”

Другий відеоролик присвячений :“Як швидко перевірити чи новина - фейк?

Третій відеоролик присвячений:“Як штучний інтелект допомагає викривати фейки?”