

# #ECONOMIA

Бережімо свій медіапростір!

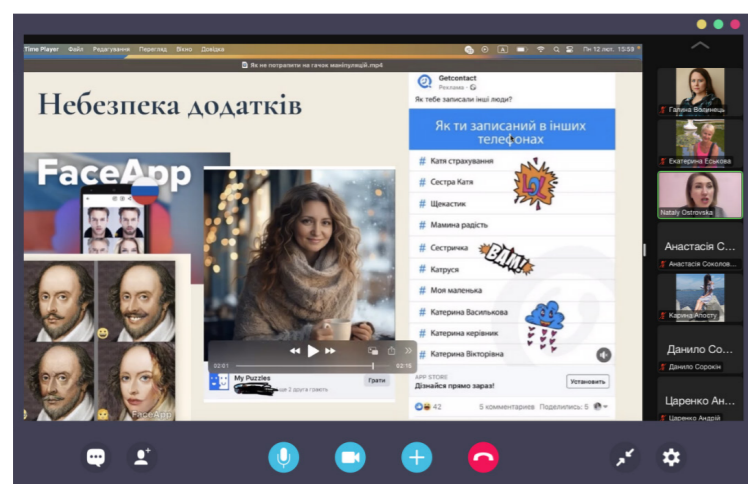


## «Медіамисливці: полювання на фейки – відкрито»: вебінари з медіаграмотності

Щоденні заняття – нормальний ритм життя для викладача. А от зустріч із незнайомою аудиторією – це стрес, як і для всіх людей. У нас відбулося два цикли вебінарів «Медіамисливці: полювання на фейки – відкрито» із учнями шкіл Запоріжжя та області. Що передувало: кілька тижнів підготовки, безсонні ночі, хвилювання напередодні зустрічей, побоювання «чи зрозуміють, як сприймуть». За кілька хвилин до зустрічі: «я все знаю». Потім зум. Після завершення – «видих» і «працювати далі», бо ще ж пари. Власне, про що йшлося?

### ЩОДЕННИК ВЕБІНАРІВ

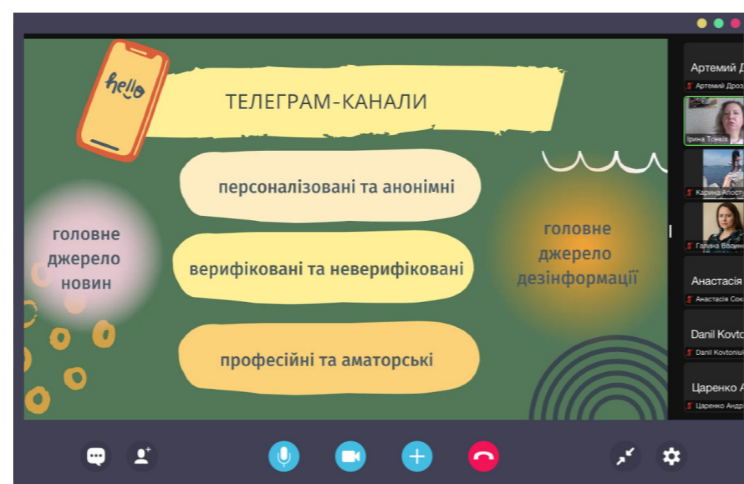
#### ПОНЕДІЛОК. «ЯК НЕ ПОТРАПИТИ НА ГАЧОК МАНІПУЛЯЦІЙ»



Доцентка Наталя Островська розповідала, як алгоритми соцмереж сприяють поширенню маніпуляцій. Говорили про те, які нарративи просувають боти, як відрізнити їх на фото від звичайних людей, чому не треба сперечатися з ботами, чому аудіопідробки небезпечніші, ніж відео. Акцентувалися на принципах, за якими добирають контент ютуб, тикток: інтереси користувачів, випадкові запити, зацікавлення людей, які нас оточують. Дискутували про те, чи варто переходити за сумнівними посиланнями, як вберегтися від інтернет-шахрайства. Школярі вчилися відрізняти фейкові фото та відео від достовірних. Говорили й про роз-

важальні додатки, тести та флешмоби. Визначили, чи безпечно їх використовувати та проходити. У підсумку: уважність до деталей, знання, критичне мислення, ігнорування сенсаційної інформації допоможуть не потрапити на гачок маніпуляцій.

#### ВІВТОРОК. «ПАСТКИ ТЕЛЕГРАМУ: «ЯК НЕ ПОТРАПИТИ У КАПКАН»»



Доцентка Ірина Тонкіх почала вебінар із екскурсу в історію месенджера: як він з'явився та розвивався, чому є таким популярним – адже після початку повномасштабного вторгнення в Україні більшість користувачів новин отримують інформацію саме через телеграм. Переваги цього месенджера – у зручності використання, ексклюзивності та оперативності новин, відсутності цензури. Однак тут на нас чатують і небезпеки – ризикуємо отримати неперевірену інформацію; окрім того, нашою свідомістю дуже часто маніпулюють. Говорили про те, що таке інсайди, чим вони шкодять користувачам. Вчилися знаходити й перевіряти інформацію в месенджері. На прикладах телеграм-каналів «Это Запорожье», «Труха Запорожье» розібрали випадки порушення журналістських стандартів. Як зразок якісного аматорського каналу розглянули «Лачен пише». Підсумували: телеграм є ефективним інструментом для отримання та поширення інформації, однак слід довіряти перевіреним каналам.



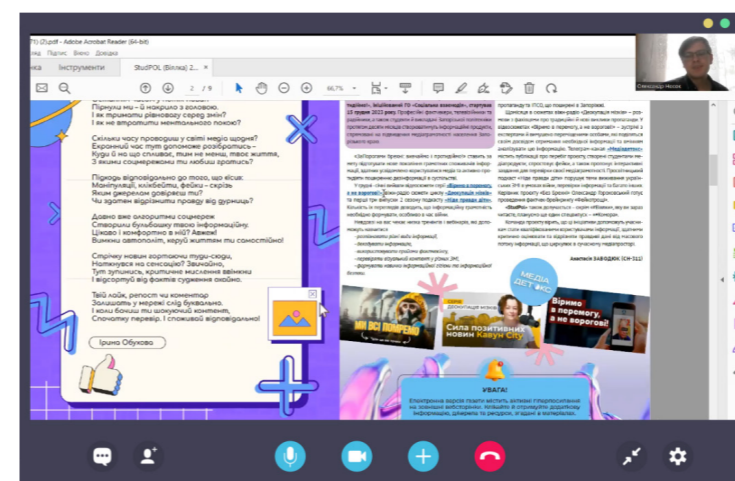
### УВАГА!

Електронна версія газети містить активні гіперпосилання на зовнішні вебсторінки. Клікайте й отримуйте додаткову інформацію, джерела та ресурси, згадані в матеріалах.

ОК!

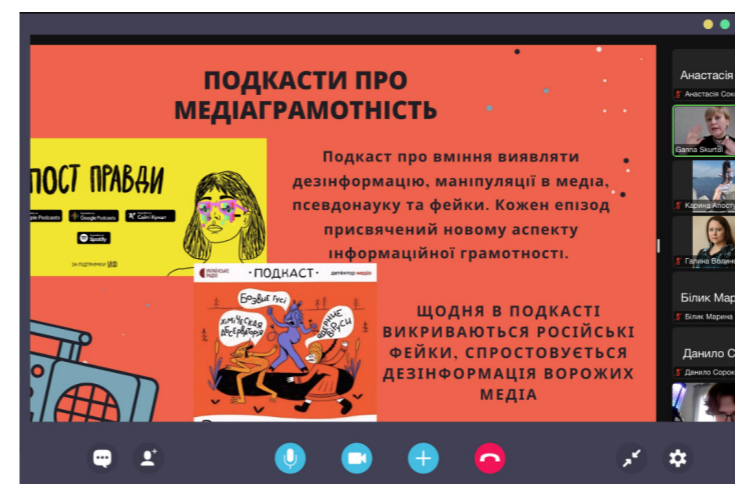


#### СЕРЕДА. «СТВОРЮЄМО МЕДІАОСВІТНЄ ВИДАННЯ ЗА ЖУРНАЛІСТСЬКИМИ СТАНДАРТАМИ»



Діана Пилипенко розповіла те, як створюються номери студентської газети та поділилася власним досвідом написання матеріалів. Зізналася, як потрапила на гачок до кібершахраїв – від цього ніхто не застрахований. Спецвипуску з медіаграмотності присвятив свій виступ Олександр Носок: окреслив теми, які публікувалися у «Віялці», а також поділився секретами верстки. Особливо зосередився на перевагах і недоліках ШІ. Старша викладачка Катерина Єськова обговорила з учнями професійні журналістські стандарти; розглянули приклади їх порушення у ЗМІ. На прикладі історії про Гарета Джонса і Волтера Дюранті розібрали, як порушення етичних правил впливає на якість газетних повідомлень. Вчилися знаходити ознаки маніпулювання у грі «Два пілоти». Висновок: отримувати інформацію краще з перевірених джерел – наприклад, орієнтуватися на [Білий список медіа](#).

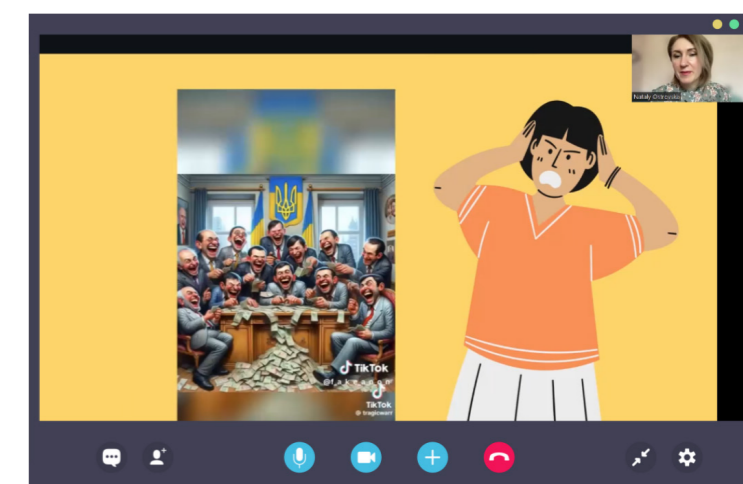
#### ЧЕТВЕР. «АКУСТИКА МЕДІАГРАМОТНОСТІ: ЯК АУДИОКОНТЕНТ РЯТУЄ ВІД ДЕЗИ»



Доцентка Ганна Скуртул занурила школярів у світ аудіо: як ми сприймаємо звук, візуалізуємо його. Аудіоконтент дозволяє сприймати інформацію, «слухаючи всім тілом». Говорили про важливість радіо в тяжкі часи, коли немає світла й доступу до інших джерел інформації. Назвали українські радіостанції, які заслуговують на увагу: «Громадське радіо», Радіо Байрактар, Radio SKOVORODA, РАДІО НА ДОТИК. Школярям цікаво було взяти участь у квізі «Як звучать українські міста», а також дізнатися про переваги подкастів: зручність прослуховування, безкоштовність, кастомізація, визначений хронометраж. Окрему увагу приділили подкасту про медіаграмотність [«Ніде правди діти»](#). Підсумували,

що якісні подкасти (наприклад, [«ПОСТ ПРАВДИ»](#) чи [«Русській фейк, іді на\\*\\*\\*»](#)) – надійне джерело отримання інформації.

#### П'ЯТНИЦЯ. «ВІЗУАЛЬНІ МАНІПУЛЯЦІЇ»



Доцентка Наталя Островська обговорювала з учнями, як відрізнити фотооригінал від підробки; навіщо журналісти використовують фоторетуш; як можна дискредитувати людину, використавши невдалі світлини; як постановка кадру дозволяє маніпулювати сприйняттям зображення. Розглядали приклади дипфейків, вчилися відрізняти справжнє відеозображення від підробки за такими деталями, як колір шкіри, розмиті риси обличчя, невідповідність зображення і звуку тощо. Визначали, як кількість світлин та відео в соцмережах збільшує загрозу створення фейків; чому не варто поширювати ілюстрації, згенеровані штучним інтелектом. У підсумку: дипфейки мають на меті дезорієнтувати й дезінформувати нас, отож перевіряти слід не лише текстові повідомлення, а й фото- та відеозображення.

Отже, протягом 5 днів учасники вебінарів вчилися розпізнавати фейкові акаунти в соцмережах, розрізняти ботів і тролів, реагувати на сумнівні повідомлення, аналізувати отриману інформацію стосовно дотримання журналістських стандартів, сприймати аудіоконтент через подкасти, відрізняти фото- та відеооригінали від підробок тощо.

Після завершення вебінарів модераторка, доцентка Галина Волинець, провела інтерактивну медіавікторину «Упіймай фейк». Тепер школярі вже самі давали відповіді на питання з медіаграмотності. Ось деякі з цих відповідей.

*Фейк – це неправдива інформація.*

*Дипфейк – це фото- або відеопідробка.*

*Основними каналами поширення фейків є соцмережі.*

*Сенсаційність не є основним принципом журналістики.*

*Дискримінаційний заголовок – це той, який демонструє принизливе або жорстоке ставлення до особи чи групи осіб на основі їх належності до певної категорії чи соціальної групи.*

*Радіо як джерело новин не посідає в Україні 1 місце серед ЗМІ, хоча найбільше стимулює фантазію та почуття.*

*Анонімний телеграм-канал – це той, у якому не надається інформація про засновників.*

*Щоб захиститися від неправдивої інформації, треба перевіряти отримані повідомлення.*

Попереду – ще один цикл вебінарів, у травні. Сподіваємося, що школярі й цього разу будуть активно працювати, аби поповнити свою скарбничку знань із медіаграмотності.

## «Факт не може сам себе пояснити» – Олекса Шарабура

3 квітня в Запорізькій обласній бібліотеці пройшов тренінг із медіаграмотності «Логічні інструменти для аналізу та виявлення маніпуляцій у новинних повідомленнях», який проводив фактчекер та головний редактор сайту «БезБрехні» Олекса Шарабура.

Зустріч почалася з виявлення рівня інформаційної гігієни учасників – ми кидали посилання на новини, які нас особисто вразили, а далі фактчекер розповідав про те, як потрібно перевіряти інформацію на правдивість. Олекса наголошував на тому, що дуже важливо перевіряти джерело інформації, на яке посилається медіа, а також потрібно шукати першоджерело.

Критичне мислення є дуже важливим аспектом повсякденного життя. Олекса Шарабура зауважив, що «людина не може критично мислити увесь час» – критичне мислення вмикається і вимикається тоді, коли нам це потрібно. Цю навичку бажано тренувати, адже вона допомагає відрізнити правду від брехні. Операція критичного мислення базується на фоновому знанні й використовує:

- логіку (як перевірку структури),
- аргументацію (для доведення).
- риторику (для переконання).

Тренер розповів про важливі переваги обширних фонових знань, що економлять наш час: «Коли ви знаєте, як влаштований законодавчий процес у державі, виконавча гілка влади, як функціонують економічні та фінансові ланцюжки, вам не потрібно щоразу знову відкривати для себе чарівний світ джерел та причинно-наслідкових зв'язків у тій чи іншій галузі».

Ми виконували вправу на перевірку правдивості документа, використовуючи свої фонові знання. Потім говорили про використання логіки. Олексій Шарабура зазначив: «За допомогою



законів формальної логіки ми не можемо визначити хибність наведених у судженні цифр чи перевірити фейковість фото, підробку документа. Але ми можемо перевірити дотримання логічної структури побудови судження й виявити там помилки».

Фактчекер зазначив два основних види аргументів:

- Ad rem – аргументи до суті справи,
- Ad hominem – аргументи до людини.

Учасники вивчили такі види аргументації: проста, підрядна і сурядна, а для закріплення навичок ми виконували вправи на виявлення аргументів, фактів та висновків у медіатекстах.

Текст: Владислав ГАПІЧ (СН-313)

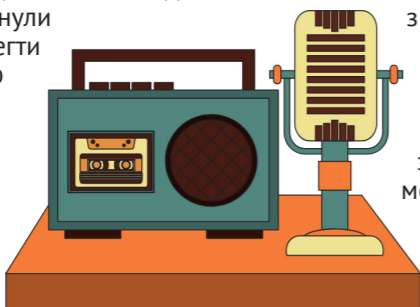
Фото: Ганна КАВУН

## Вебінар «Як розповідати про воєнні злочини у форматі радіофільму»

Створення аудіофільму, переваги радіоформату та труднощі, які долають українські радійники, аби фіксувати правду про війну – такою була тема вебінару, що відбувся 3 квітня. До заходу долучилися й студенти 1 курсу спеціальності «журналістика». Спікерки – головна редакторка Громадського радіо Вікторія Єрмолаєва та звукорежисерка Юлія Соганчі – розповіли, як проходив процес створення аудіофільму «Зустрінемося на Драматі», що присвячений подіям у Маріупольському драмтеатрі. Авторки пояснювали, чому обрали саме цей жанр і як вони працювали над матеріалом.

«Зустрінемося на Драматі» – так казали майже всі маріупольці, коли призначали комусь зустріч у центрі. У березні 22-го будівля театру також стала місцем зустрічі сотень містян, але там вони вже шукали прихисток – порятунок від російських бомб. Перед спорудою великими літерами було написано: «ДІТИ», однак це не зупинило агресора, який 16 березня 2022 року скинув на Маріупольський драмтеатр бомбу. Кількість загиблих до сьогодні встановити неможливо, але рахунок іде на сотні людей. Спогади про трагедію в рідному місті надихнули авторів на створення аудіофільму – щоб зберегти пам'ять про загиблих і вселити в людей надію на звільнення рідного міста.

Головна ідея фільму – показати трагедію й розказати про те, як театр жив до неї. Авторки збирали інформацію по крихтах, адже люди, які виїжджали з окупованих міст і проходили через російські блокпости, задля безпеки заздалегідь видаляли з телефону



переписки, фото та відео, що фіксували війну. Водночас авторки мали подбати, аби матеріал не зашкодив героям, їхнім родичам, друзям або знайомим, які залишилися в окупації. За словами Вікторії Єрмолаєвої, «не всі люди готові говорити публічно та ділитися пережитим». Вона рекомендує журналістам пройти тренінги чи почитати матеріали про те, як інтерв'ювати людей, які пережили травматичні події.

Юлія Соганчі розповіла про проблеми, які виникли під час запису й порадила працювати щонайменше з двома записувальними пристроями: на диктофон, наприклад, можна фіксувати навколишні прикметні звуки, а на петличку – голос спікера. Із понад шести годин записаних інтерв'ю авторки мали зробити 35-хвилинний фільм, тому найскладніше було обрати, що залишити: «Ми різали по живому, бо кожен спогад наших героїв дуже цінний».

Авторки фільму поділилися досвідом: як збирали інформацію; як працювали з відкритими джерелами, архівними матеріалами; як проводили пошук контактів і переговори з героями; як писали сценарій; як погоджували з героями остаточний варіант, переписували його.

Вікторія Єрмолаєва дала пораду майбутнім радійникам: «Аби аудіофільм добре сприймався на слух, вести розповідь потрібно простою і зрозумілою, універсальною мовою. Бажано відмовитися від складних термінів – а якщо вже без них не обійтись, то пояснити простими словами»

Дмитро САЄНКО (СН-313)

## VOX POPULLI для телепроєкту

У минулому спецвипуску ми розповідали про навчальний телепроєкт «STUDlife». Черговим епізодом стало vox populli, яке ми провели серед 11 студентів різних спеціальностей Національного університету «Запорізька політехніка». Опитування стосувалося різних аспектів медіаграмотності; воно не є репрезентативним, але ми можемо спиратися на певні думки, щоб визначити настрої серед студентства. Відповіді прокоментувала експертка Тетяна Хітрова.

1. На питання «Чи ви слідкуєте за новинами?» лише двоє сказали, що ні. Більшість людей читають телеграм-канали: деякі студенти – вранці, інші – упродовж дня, щоб знати, що відбувається в Україні.

2. Було цікаво дізнатися, чи молодь дивиться телеканали, які зараз можна знайти в ютубі. Більшість віддає перевагу новинам з інтернет-медіа, а не з ютубу. Кілька студентів хотіли звести тему до телеграм-каналів, однак із ютуб-каналів назвали «Третю штурмову бригаду», Сергія Стерненка, «Бомбардир», «Леви на джипі», «Пульс-Україна», Майорову, Дурневу, Перший канал. Одна людина сказала, що не дивиться телеканали, лише слухає подкасти про медіаграмотність, зокрема «Ніде правди діти».

3. Цікаво було перевірити обізнаність людей стосовно фейків. На питання «Що про них знаєте?» студенти відповідали: «На жаль, у період війни їх дуже часто використовують», зазначали, що їх багато, що це «новини, що не відповідають дійсності» та ще один студент зауважив, що «більшість інформації в Інтернеті – це фейки, ІПСО або неперевірена інформація».

Професорка кафедри журналістики Тетяна Хітрова пояснює: «Фейки – це частина гібридної війни, величезний інструмент пропаганди та маніпуляцій. Навіть якщо ти експерт у цьому питанні, все одно можеш бути частиною фейкового середовища. Це наслідок віртуалізації, ми з цим живемо, і головне – виважено та уважно підходити до того, яку інформацію споживаєш».

4. Як же ж перевірити новину, що видається вам підозрілою? Люди відповідали, що треба звертати увагу на заголовок, першо-

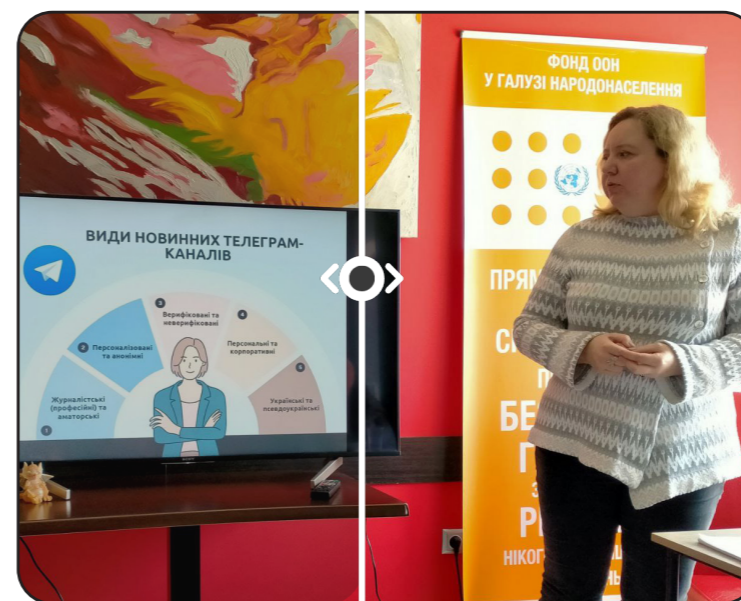


джерело, сумнівні речення, помилки в термінах, картинку, дату створення, автора та чи немає в публікації зв'язків із доменом .ru. Один хлопець розказав, що він нічому не вірить, тому ніяк не перевіряє. Дівчина згадала, що звертається до офіційної влади міста, області чи країни, щоб перевірити правдивість повідомлення. Інші пропонують шукати відповіді на питання в Інтернеті.

5. Отож, якою має бути якісна журналістика? Студенти вважають, що чесною, невідкупною, правдивою, базуватися на фактах. Щоб не піддаватися впливу дезінформації, треба перевіряти факти, шукати першоджерело, не довіряти всьому, що бачиш, звертати увагу на маніпуляції. І ще один студент зазначив, що журналісти мають ставити прості питання та охоплювати своєю діяльністю вразливі групи населення. На думку Тетяни Хітрової, журналістика має бути відповідальною, підкріпленою фактом та аргументацією. Науковиця зауважує, що в Україні зараз досить багато безособової журналістики, яку репрезентують телеграм та ютуб, де є різна сублиманована інформація. Говорячи про якість, експертка підтримує американські моделі журналістики.

Марія БАШКАТОВА (СН-312)

## «Будь-які спроби маніпуляції – це непрофесійно» – Ірина Тонкіх



«Якщо офіційні джерела приховують інформацію, то ми йдемо до інших джерел» (Ірина Тонкіх)

Громадська організація «Соціальна взаємодія» продовжує свою діяльність з інформування населення щодо ризиків, пов'язаних із роботою новинних телеграм-каналів. У приміщенні «ВОНА хаб» відбувся тренінг, під час якого учасники змогли не лише отримати теоретичні знання, а й виконати практичні завдання. Спілкування на тему «Фільтрація новинного контенту публічних телеграм-каналів» допомогло розібратися з критеріями якості повідомлень у телеграм-каналах; з'ясувати різницю між професійним каналом та аматорським. Учасники тренінгу отримали навички фільтрації контенту різноманітних новинних телеграм-каналів та запропонували власні ідеї створення нових.

Тренерка-експертка Ірина Тонкіх – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики НУ «Запорізька політехніка», пояснила, чому під час війни оперативність страждає; чим небезпечні псевдоукраїнські телеграм-канали; що можна називати офіційними джерелами та чому. Також розібрали таке цікаве питання – для чого існують посилання, які ведуть не туди?

На прикладах популярних регіональних телеграм-каналів учасники змогли самі відслідкувати порушення професійних стандартів журналістики у повідомленнях про події в Запоріжжі. А також розібрали вплив емоційних тригерів на аудиторію.

Деякі учасники під час тренінгу вирішили відписатися від сумнівних телеграм-каналів на користь офіційних джерел.

Текст і фото: Ірина ОБУХОВА (СН-312)

## «Читач – це наше все, ми працюємо заради нього» – Світлана Карпенко

Головна редакторка оріхівської районної газети «Трудова слава» під час онлайн-зустрічі зі студентами першого та четвертого курсів 5 квітня розповіла про виклики, які постають перед друкуванням виданням у сучасному світі.

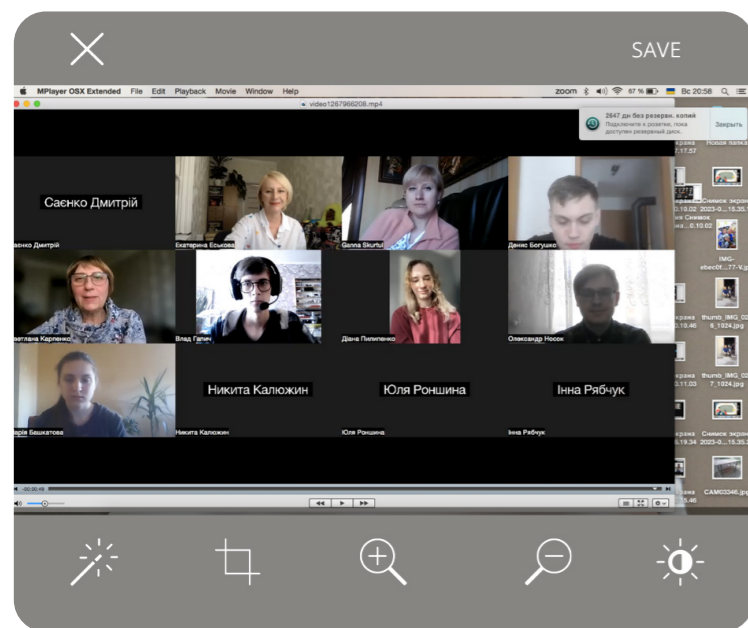
Пані Світлана Карпенко майже 40 років працює в газеті «Трудова слава», має унікальний досвід роботи в друкованому виданні. Тому нам, майбутнім журналістам, було неймовірно цікаво дізнатися, як створюється справжня газета. «Трудова слава» видається з 1930 року, за весь час свого існування вона зазнала багато змін. Та нарешті у 2018 році стала незалежним виданням. «Завдяки Національній спілці журналістів та підтримці моїх колег із усієї України нам це вдалося. Ми встигли стрибнути в останній вагон потягу роздержавлення... Проте на початку повномасштабного вторгнення газета призупинила свій вихід, оскільки виникли проблеми з доставкою. «Укрпошта» – це наш головний партнер, але він не дбав про друковані видання, для нього це було не пріоритетним – як тоді, так і зараз. Наш колектив був готовий працювати, але ніхто не міг гарантувати доставку газети до читача. Попри це, ми вирішили спробувати знову випустити своє видання, і 5 квітня 2023 року вийшов перший спецвипуск. За підтримки місцевої влади питання з доставкою було вирішене. Таким чином, «Трудова слава» відновила роботу», – розповідає пані Світлана.



отримала розряди палітурника і складача. З часом мені почали приносити коректуру нашої «Трудової слави». Через рік я потрапила до колективу редакції, була на посаді коректора. Потім поступово почала писати, пізніше працювала кореспондентом. Стала завідувачкою відділом та відповідальним секретарем. З часом була призначена редактором газети.

**– Розкажіть, як повномасштабне вторгнення вплинуло на вашу роботу.**

– 24 лютого, коли почалося це жахіття, ми якраз працювали над версткою. Газета була вже готова, але ситуація настільки швидко змінювалася, що кілька разів ми оновлювали та переверстували цей номер вночі – і вже на ранок у п'ятницю видали його. А потім почалися проблеми зі світлом, з інтернетом. Обстріли. Ми сиділи в підвалі, новини дізнавалися зі старого плеєра – у ньому був приймач, який ловив радіохвилі. У квітні, коли обстріли посилювалися, ми бачили, як щодня все більше стає руйнувань. Виїхали до Запоріжжя. Тут уже почав працювати Центр журналістської солідарності – для нас він став справжнім порятунком. Співробітники редакції отримали допомогу від Національної спілки журналістів для облаштування побуту. Ми поспілкувалися з колегами й вирішили, що цю допомогу не будемо розділяти між собою, а збережемо. Коли настане час, вкладемо ці кошти у випуск газети. Восени 2022 року ми вирішили почати працювати над відновленням видання. Разом із Головою НСЖУ Сергієм Томіленком я їздила в Оріхів, щоб промоніторити ситуацію й зрозуміти, чи потрібна людям газета. Земляки дуже схвально відгукнулися на нашу ініціативу. Остаточоно переконала



**– Ви завжди мріяли стати журналісткою чи це було спонтанне рішення?**

– Як у всіх, у мене була мрія, і вона не пов'язана з журналістикою. Я хотіла працювати на великому металургійному комбінаті. Майже вступила до Донецького політехнічного інституту, але обставини склалися так, що повернулася додому. Моя мама працювала в оріхівській друкарні метранпажем (це фахівець із верстки), влаштувала мене туди на роботу. Я вчилася, через рік

зустріч із Михайлом Пуришевим, волонтером-маріупольцем. Він сказав: «Нарешті я дочекався, що в Оріхові буде газета. Адже для людей, які живуть в інформаційному вакуумі – сидять у підвалах під постійними обстрілами, без світла, без інтернету – дуже важливо знати, що відбувається. Преса сьогодні особливо важлива на територіях, які постійно обстрілюються». І ми відновили роботу. Почали відвозити газету до Оріхова й роздавати людям. Так і працюємо.

**– На кого ви орієнтуєте зараз свої випуски: на людей, які залишаються в Оріхові, чи на тих, хто виїхав?**

– Звичайно, найперше ми працюємо для тих людей, які живуть в Оріхові. Щоб, отримавши газету, вони могли прочитати про своїх знайомих; про те, як ті живуть. Щоб оріхівчани, які зараз під обстрілами, мали можливість дізнатися про тих, хто виїхав: як вони облаштувалися на нових місцях, як знаходять собі нову роботу, як живуть сьогодні.



**– Чи плануєте ви в майбутньому, коли закінчиться війна, переходити виключно в онлайн? Чи все ж будете друкувати газету?**

– Якщо будуть такі можливості, продовжуватимемо працювати над друкованим виданням. Звичайно, ми плануємо розвивати онлайн-версію, але не хочемо забувати про традиційну пресу.

**– Чи збереглися архіви газети? Маєте оцифровані версії?**

– Так, на щастя, у нас є архів, починаючи з 60-х років. Сьогодні всі екземпляри зберігаються в певному місці – не буду говорити, де – але у відносно безпечному. Упевнена, що нам вдасться їх зберегти. На жаль, вони не оцифровані, бо це дуже велика робота: щоб їх оцифрувати, треба дуже багато часу і ресурсів.

**– Скільки часу йде на підготовку одного номера?**

– Ми всі працюємо дистанційно. Двоє журналістів отримують завдання, добирають матеріали, визначають героїв публікацій – і вже тоді налаштовують з ними зв'язок. Це виходить дуже порізно, але за два тижні ми практично збираємо матеріал. Потім верстаємо, також дистанційно, два-три дні.

**– Чи працює в Оріхові російська пропаганда?**

– Був випадок у перший місяць війни, коли ми призупинили свою роботу. Мені зателефонувала людина, яка, навіть не назвавшись, почала висувати претензії: «Де газета?». Я пояснюва-

ла, що зараз війна: на жаль, ми не можемо робити випуски газети через те, що «Укрпошта» не працює. У відповідь почула: «От так вам і треба, хунті». Ця людина вважає, що ми хунта, що ми робимо щось не так. Але чому тоді вона читала нашу газету? Проте є люди, які надихають. Героїня одного з наших матеріалів – пані Наталія, яка раніше жила в Оріхові у багатоповерхівці. У її квартиру попав снаряд, тому вона перебралася до сусідньої громади. Зараз Наталії трошки більше 40 років, і вона пішла здобувати другу чи третю вищу освіту. Навчається на менеджера ОСББ. Вона вірить, що прийде час, коли Оріхів відновлюватимуть і вона застосує набуті знання для свого рідного міста.

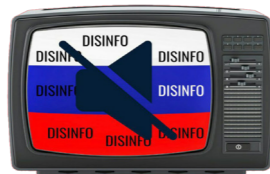
А остання моя зустріч була з паном Володимиром. Я хотіла запропонувати йому якісь смаколики – тістечка, яблука, або ті ж самі цигарки. Тому що знаю, як зараз проблемно дістати це в Оріхові. Я його питаю: «Ви палите?» Він каже: «Так, палю». Запропонувала цигарки. У відповідь почула: «Ні – через те, що я не міг їх ніде купити, відвик; не буду починати це робити.

У мене ж коштів немає». Запитала, де він мешкає – виявилось, що його житло розбите, а живе він у сусідів у літній кухні. Я йому говорю: «Є люди, які займаються безкоштовною евакуацією. Ви можете виїхати з цієї території». А він відповідає: «А кому я потрібен?» Я розгубилася, але потім подумала, що потрібно дати людині газету. Запитала в нього: «Почитаєте нашу газету?» – «Звичайно, читаю – залюбки».

Текст: Дмитро САЄНКО (СН-313)

Фото: zprz.city





У одному з нещодавніх випусків нашого студентського подкасту «[Hige pravdu gimu](#)» (який ви точно слухали, правда ж?) ми розповідали про екологічне ІПСО та як із ним боротися. Для експертної думки ми покликали фахового еколога – доцента Київського державного університету науки і технологій Максима Сороку. На жаль, усю розмову з паном Максимом викласти у випуску не вдалося. Тому ми вирішили опублікувати розширену версію нашої бесіди, у якій розбираємо суть екологічного ІПСО та вчимося йому протистояти.



### – Що таке екологічне ІПСО?

– Відповідь на це питання можна знайти в самому визначенні. Екологічні ІПСО – це спеціальні інформаційні операції, які використовують екологічну тематику для досягнення якихось інших цілей. Еко-ІПСО не є таким канонічним терміном. Це таке загальне поняття серед усіх дезінформаційних атак, які використовує ворог. Просто є частина, яка спирається на наші страхи про стан довкілля та його безпеку. Інформаційні атаки, що стосуються цього, і називають еко-ІПСО.

### – Чи вдається ворожій пропаганді виконувати своє завдання та сіяти паніку в суспільстві та світі в цілому?

– Якщо ми говоримо про останні два роки, тобто про повномасштабне вторгнення, то вимушений визнати, що ворог активно використовує екологічну тематику для поширення дезінформації серед населення. На жаль, йому вдається це робити з різним ступенем ефективності. Причина в тому, що екологічна тема завжди турбувала населення України, особливо на сході та півдні нашої

## «ЕкоІПСО – це вірус, яким треба перехворіти»: інтерв'ю з Максимом Сорокою

країни – у промислово розвинених і, відповідно, забруднених містах. Тому серед населення є багато страхів про безпеку довкілля, і ці страхи дуже легко використати нашому ворогу. Ми маємо визнати провал у природничій освіті, як середній, так і вищій, серед нашого суспільства. Населення дуже легко вірить у закиди, наприклад, про поширення холери повітрям або про вибух азоту. Через відсутність або недостатність критичного мислення, спеціальних знань у природничих науках і вмінь перевіряти інформацію люди дуже легко вірять чуткам. На жаль, паніка поширюється, і тут як приклад можна навести панічні атаки, пов'язані з окупацією Чорнобильської зони відчуження, регулярні панічні екологічні ІПСО, які поширюються довкола окупації і загрози, яку становить Запорізька атомна електростанція. Тут можна згадати вдале, на жаль, екологічне ІПСО щодо обстрілів аміакопроводу Тольятті–Одеса.

### – Чи можете ви назвати якийсь яскравий кейс еко-ІПСО, коли люди повірили та запанікували?

– Розгляньмо приклад, який я називаю «об'єднаний уран, збіднений уран». Це екологічне ІПСО, яке почалося ще у березні 2023 року після повідомлення, що наші партнери планують надати Україні зброю зі збідненим ураном. Активно розвивалося й накручувалося для населення, у першу чергу в Європі, що насправді уран – дуже радіоактивний. І нікого не хвилює, що є уран радіоактивний, а є збіднений, який не становить загрози. Вже 13 травня стався ракетний напад у Хмельницькій області. І з якихось незрозумілих причин пропагандисти вирішили, що це вибухнув саме запас снарядів зі збідненим ураном, який передали Україні, і радіоактивна хмара з ураном уже сунеться на Європу. Це була неймовірна інформаційна хвиля, яка буквально за 8 годин накрила медіапростір Європейського Союзу. Чому я вважаю, що це було ефективне ІПСО? Тому що після цього дві академії наук Польщі та Словаччини вийшли з офіційним релізом, який спростовував поширювану в соціальних мережах, телеграм-каналах, твіттері, ютубі інформацію. Це означає, що це повідомлення досягло своєї мети і спричинило паніку серед населення. Так, воно було спрямоване не на українців, проте особливість екологічних ІПСО – у тому, що вони починаються з

екологічної тематики, а закінчуються якоюсь зовсім іншою. Ми можемо побачити, що все починалося зі страху перед загрозою радіації, а закінчилось – «вимагайте у своїх урядів, щоб Україні не постачали зброю».

### – Яких помилок припускаються журналісти при висвітленні новин в екологічній сфері?

– Журналістика як інституція є основною ланкою в будь-якому ІПСО, зокрема й екологічному. На певному етапі, коли інформаційні вкиди достатньо поширилися в соціальних мережах, публіках, домових чатах чи будь-де, вони починають створювати інформаційні тренди. Журналістика слідує за інформаційними трендами, ця інформація просочується в інституційні медіа і стає основним нормативом. Журналісти у гонитві за лайками, поширеннями й іншими показниками не верифікують цю інформацію. Тут можна дати таку безкоштовну, але вкрай цінну для журналістів пораду – як тільки ви хочете поширити інформацію, що має ознаки екологічного ІПСО, будь ласка, не звертайте уваги на тренди, на метрики. Краще зробити не статтю з перепостом цієї маячні, а викривальне повідомлення, яке зупиняє розвиток цього ІПСО. Так, це збере менше лайків, менше поширень тощо. Проте журналістика має бути відповідальною, на мою думку; особливо – коли ми говоримо про ІПСО, зокрема й екологічне.

### – Як можна протидіяти екологічним ІПСО та ворожій пропаганді?

– Найкращою стратегією протидії є розвиток критичного мислення серед населення, навичок перевіряти інформацію,

робити такий собі контрольний лист перевірки будь-якого повідомлення. Також розвиток знань в природничих науках – у хімії, фізиці, біології. Як тільки збільшиться маса населення, яке володіє цими знаннями – відповідно, буде більше людей в наших домових чатах, які, побачивши суперечливу інформацію, скажуть: «Боже, що ви таке несете? Це ж «іпсятина» просто першого ґатунку, тому закриваємо це».

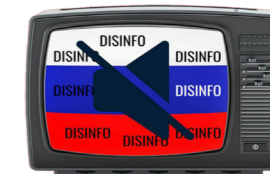
### – Як зберігати спокій та не панікувати, коли стикаєшся з екологічним ІПСО?

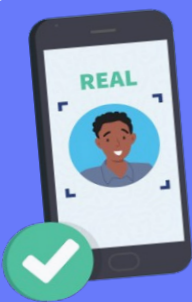
– Якщо говорити про інструкції, які ми можемо дати населенню, то вони дуже прості. Запам'ятайте: аби не стати жертвою екологічного ІПСО, ви маєте фільтрувати інформацію. Коли ви бачите дуже емоційний заголовок, який спирається саме на ваші страхи про безпеку – радіаційну, санітарно-хімічну, бактеріологічну, будь-яку іншу – одразу створюйте список контрольних питань, на які вам потрібно дати відповідь. По-перше, чи засноване емоційне повідомлення на страху. По-друге, чи є прямі посилання на джерела інформації або коментарі експерта. Можливо, якщо посилаються на якихось «британських вчених», або взагалі повідомляють секретну, дуже перевірену інформацію. Третій пункт – якщо вас закликають у різних формах не довіряти державним інституціям, підприємствам, урядам, органам місцевого самоврядування – взагалі нікому не довіряти. І якщо ви відповідаєте на ці питання схвально – це «іпсятина». Краще взагалі це повідомлення не відкривати. Ще й попередити своїх друзів і колег про те, що це дезінформація. Взагалі, немає кращої стратегії протидії дезінформації, ніж самоосвіта. Більше читайте; вимагайте від тих, хто вам щось розповідає, конкретних прикладів, посилань на інформацію; самі шукайте першоджерела інформації. Це якраз допоможе вам не стати не тільки жертвою екологічного ІПСО, а ще й співучасником його поширення. Бережіть себе, бережіть своє ментальне здоров'я і – разом до чистого довкілля, бо воно об'єднує.

Річард ПУГАЧ (СН-312)

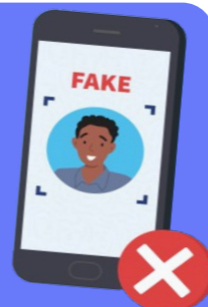
**«Ми маємо визнати провал у природничій освіті, як середній, так і вищій, серед нашого суспільства»**

пенем ефективності. Причина в тому, що екологічна тема завжди турбувала населення України, особливо на сході та півдні нашої





## ДИПФЕЙК: оригінал + оригінал = підробка



Річард ПУГАЧ (СН-312)

Останнім часом у соцмережах усе частіше з'являються згенеровані нейромережею меми, де начебто відомий політик чи голлівудська зірка роблять якусь провокативну або просто смішну заяву. Так можна натрапити і на Петра Порошенка, який із нецензурною лексикою оцінює шоколадки Roshen, і на Джо Байдена, який виголошує промову українською мовою. Ці відео є прикладами технології дипфейку, яка останнім кілька років розвивається семимильними кроками. Розберімося, що ж таке дипфейк та які ризики він несе.

### ЩО ЦЕ ТАКЕ?

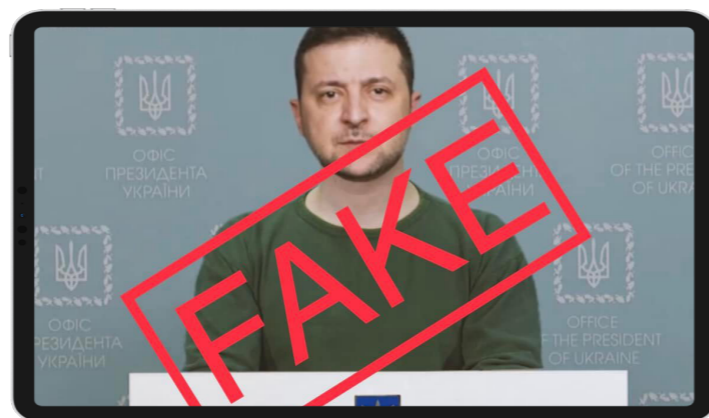
Дипфейк (від англ. deepfake, поєднання термінів deep learning («глибинне навчання») та fake («підробка») – це технологія синтезу зображень різних людей за допомогою штучного інтелекту. Вона використовується для накладання вже існуючих відеозображень на початкові. Для створення дипфейкового ролика використовують так звані генеративні змагальні нейромережі (GAN). Це алгоритми на базі машинного навчання, які створюють новий контент на основі вже існуючого. Нейромережі можуть вивчити тисячі фото- та відеозображень людини і створити нове з її рисами обличчя та мімікою.

При цьому один алгоритм займається створенням відео, а інший – перевіряє його на достовірність. Якщо другий алгоритм виявив підробку, він повідомляє першому про помилку. Разом ці дві мережі продовжують працювати, поки результат не стане достатньо реалістичним. Тому дипфейки саме відомих осіб такі популярні, адже їхніх фотографій та відео в Інтернеті безліч.

### ЗАГРОЗИ ДИПФЕЙКІВ

На жаль, технологія частіше використовується не стільки в розважальному, скільки в негативному контексті. Переконливі дипфейки створюють низку загроз окремим людям та суспільству в цілому. Їх можуть використовувати як пропаганду з метою дискредитації політичних опонентів та урядів ворожих держав. Одразу згадується дипфейк, створений росіянами на початку повномасштабного вторгнення. У відео нібито президент України Володимир Зеленський закликає українців скласти зброю, бо «стало тільки гірше та немає ніякого завтра». На щастя, відверто низька якість дипфейку та завчасні попередження від ГУР про можливі провокації запобігли можливій паніці.

Не варто забувати й про онлайн-шахраїв, які успішно користуються технологічним прогресом задля власної наживи. Так, у лютому цього року в Гонконзі фінансовий працівник однієї з міжнародних компаній виплатив аферистам 25 млн доларів. Спочатку він запідозрив щось недобре, коли йому прийшло повідомлення від нібито головного фінансового директора ком-



панії про необхідність провести таємну транзакцію. Тоді чоловік вийшов на відеозв'язок із «директором» та «колегами». Підозри відпали, адже працівник думав, що спілкується зі справжніми людьми. Пізніше виявилось, що це були шахраї, які використали дипфейк.

### ЯК РОЗПІЗНАТИ?

Зараз кожен може створити власний дипфейк. Існує безліч додатків та програм, які дозволяють користувачам поєднувати свої фото та відео з чимось іншими. Хоч якість цих дипфейків буде низька, технологія дуже стрімко розвивається. Тому важливо вміти відрізнити оригінальні зображення та ролики від несправжніх. Ось декілька порад, які допоможуть вберегтися.

**1. Уважно вдивляйтеся у відео.** Коли у вас виникає підозра щодо справжності людини на відео, то варто уважно придивитися до обличчя. Зазвичай у дипфейкових відео на ньому є помітні проблеми, такі, як: гладкі або розмиті плями, неточні риси обличчя, неприродна міміка та відмінності в голосі від справжньої людини.

**2. Користуйтеся сторонніми додатками.** Якщо не вдалося розпізнати дипфейк самостійно, то можна скористатися професійними програмами. Наразі їх існує декілька – Microsoft Video Authenticator, WeVerify, AI Speech Classifier, Hive Moderation тощо. Однак знадобиться трохи часу, щоб розібратися в них.

**3. Перевіряйте в різних джерелах.** Коли бажання розібратися в професійних програмах немає, то можна піти простішим шляхом. Зміст дипфейкового відео можна просто загрузити. Наприклад, ви побачили сумнівне відео, де нібито депутат робить певну провокативну заяву. Просто заходьте в Google та пишть у пошуковик: «Депутат (ім'я та прізвище) заявив про...». Якщо відео є дипфейком, ви майже гарантовано натрапите на публікації з його спростуванням або взагалі на відсутність якихось новин про нього. Також можна спробувати зробити скріншот моменту з відео та пошукати через Google Фото. Так ви зможете знайти схожі на ваше зображення та посилання на їх джерела.



## Пошук інформаційної надійності з Білим списком медіа

Єлизавета Федотова (СН-312)

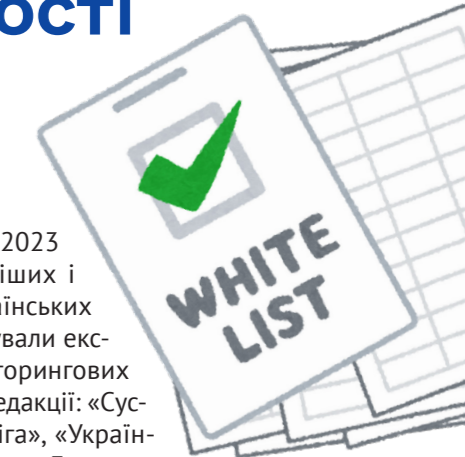
Щодня на нас рушиться злива інформації, яка заповнює медіапростір. Серед неспинного потоку новин дуже важко відрізнити правду від брехні. Та й джерел, які продукують повідомлення, настільки багато, що, здається, неможливо виокремити для себе ті, яким варто довіряти.

Щоб допомогти нам орієнтуватися в медіапросторі, Інститут масової інформації кожні пів року проводить [моніторинг ЗМІ](#) й обирає найкращі. На першому етапі аналізуються 50 популярних українських онлайн-медіа щодо маніпуляцій, фейків, мови ворожнечі, порушень етики, наявності замовних матеріалів. Під час другого етапу відібрані медіа перевіряються стосовно дотримання стандартів балансу, достовірності та відокремлення фактів від коментарів; відсутності на ресурсах джінси, сексизму та мови ворожнечі; а також на предмет прозорості – наявності на сайті контактів, редакційних політик, фінансової доброчесності. Результати показали, що рівень дотримання журналістських стандартів у медіа з [Білого списку](#) в середньому становить понад 95%. А це означає, що в матеріалах, які оприлюднюються на цих ресурсах, немає джінси, фейків, мови ворожнечі (хоча й зустрічаються неналежні маркування).

**Білий список ЗМІ** – це медіа, які відповідають журналістським стандартам – таким, як точність, достовірність, повнота, баланс думок і точок зору, оперативність, відокремлення фактів

від коментарів. У вересні 2023 року до списку найкращих і найвідповідальніших українських онлайн-медіа, який підготували експерти ІМІ на основі моніторингових досліджень, увійшли такі редакції: «Суспільне», «Громадське», «Ліга», «Українська правда», «Укрінформ», «Дзеркало тижня», «Бабель», «НВ» та «Еспресо». Завдяки Білому списку користувачі можуть бути впевнені у прозорості ресурсу та достовірності, точності, безпечності й повноті інформації. Директорка ІМІ Оксана Романюк зауважує, що постійний моніторинг медіа й запровадження Білого списку *«не тільки допомагає боротися з поширенням неправдивої інформації, але й захищає від інформаційного шахрайства, прихованої реклами та маніпуляцій. Окрім того, цей список сприяє розвитку етичної та професійної журналістики, на протизвагу поширенню сенсаційного чи шкідливого вмісту. У епоху, коли інформації надлишок, але довіра крихка, внесення онлайн-медіа в Білий список є важливим інструментом для збереження цілісності нашого цифрового досвіду».*

Однак, слід пам'ятати про те, що є оті 5%, які припускають: навіть у найкращих ЗМІ можуть подекуди просковзнути якісь «огріхи».



### Як дізнатися, чи інформація достовірна? Топ лайфхаків

**Перевірка заголовка.** Якщо натикаєтеся на клікбейтний заголовок, прочитайте матеріал – його зміст може не збігатися з заголовком.

**Перевірка джерела.** Пошукайте інформацію на офіційних сайтах та в декількох незалежних медіа. Повідомлення повинно бути підтвержене кількома надійними джерелами – це збільшує його достовірність. Звертайте увагу, на яких експертів посилається видання. Варто перевірити також автора й дату публікації.

**Перевірка медіа.** Знайдіть інформацію про ЗМІ, адже відкриті медіа її не приховують.

**Перевірка фактів.** Використовуйте інструменти для перевірки фактів, такі, як VoxUkraine, FactCheck, «Слово і діло». Вони зазвичай мають бази даних фактів і можуть підтвердити або спростувати інформацію.

**А головне – критично мисліть!** Навіть якщо медіа є в Білому списку, це не означає, що ви повинні безумовно вірити всій оприлюдненій в ньому інформації. Завжди залишайтеся критичними та аналізуйте повідомлення.

Запам'ятайте, що обізнаність є не лише ключем до влучних та надійних джерел інформації, а й запорукою вашого психічного здоров'я!

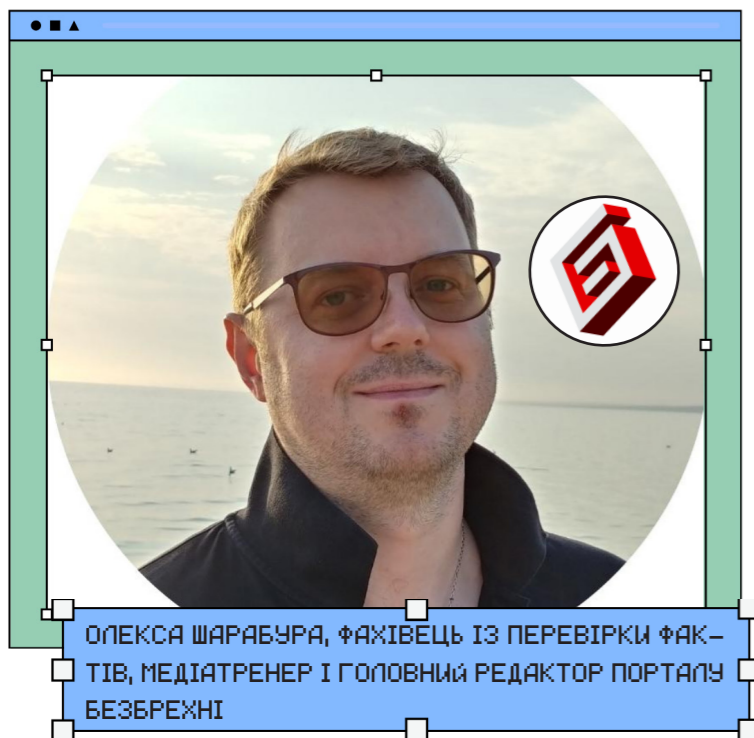


## Досвід журналістів-практиків через призму медіаграмотності



Юлія РОНШИНА (СН-310)

**Журналістика – складна, проте цікава сфера діяльності, яка потребує багато зусиль, знань і амбіцій. Наша редакція поспілкувалася з журналістами-практиками про їх досвід у професії та важливість медіаграмотності.**



ОЛЕКСА ШАРАБУРА, ФАХІВЕЦЬ ІЗ ПЕРЕВІРКИ ФАКТІВ, МЕДІАТРЕНЕР І ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР ПОРТАЛУ БЕЗБРЕЖНІ

Олекса в журналістиці з 2009 року, у фактчеку – з 2016-го. Розповідає, що в часи політичного та економічного фактчеку багато доводилося працювати з економічними показниками та законодавством, тому що політики оперували цифрами та правилами, які треба було звіряти з першоджерелами.

– Для пояснення складних процесів залучали й експертів, за якими потім теж треба було перевіряти фактаж. У часи «великого будівництва» щільно доводилося працювати з Прозорро, системами контролю бюджетних витрат та нормативними документами; вивчати ДСТУ та різні технічні умови ремонтів та будівництва. У ковідні часи разом з Альоною Романюк об'єднали зусилля для боротьби з медичними фейками та маніпуляціями. Спектр перевірок був широким: від конспірологічних теорій до спростування ненаукових способів лікування. Довелося також «боротися» з цифрами, висмикнутими зі справжніх досліджень. Тут були як препрінти, що не знайшли підтримки в науковій спільноті, так і альтернативні думки колишніх учених, які просто користувалися попередніми здобутками. Довелося вивчати не лише ковідну тематику, а й

діяльність наукової спільноти, принципи та методи досліджень, публікації та підтвердження відкриттів. У складних темах залучали фахівців-науковців та медиків з профільними знаннями. Але їхні пояснення так само треба було потім перекласти на «людську» мову.

Після 2022 року основним напрямком роботи Олекси стала боротьба з російською пропагандою.

– Тут знадобилися навички геоосінту, кросплатформеного пошуку в різних соцмережах, і – як не дивно – виявлення логічних хиб та когнітивних викривлень. Тому що верифікація фактів часто не дає відповіді, чи правдивий висновок з відео або фото. І навпаки – факт перевіряти й не треба, якщо це просування відомого нарративу, який вже було викрито раніше.

Олекса Шарабура наголошує, що головним інструментом фактчеку лишаються критичне мислення; аналіз логічної структури повідомлення з перевіркою не лише факту, а й пояснень та висновків; виявлення нарративів та маніпулятивних прийомів.

– Інструменти, якими я користуюся щодня: перевірка та пошук зображень (4-5 інструментів), пошуковики, краулер Osavul, пошуковики у веб-архівах, програми зі скачування відео з різних соцмереж, перекладачі відео та субтитрів, програми з пошуку людей і розпізнавання облич, Youcontrol для пошуку в держреєстрах.

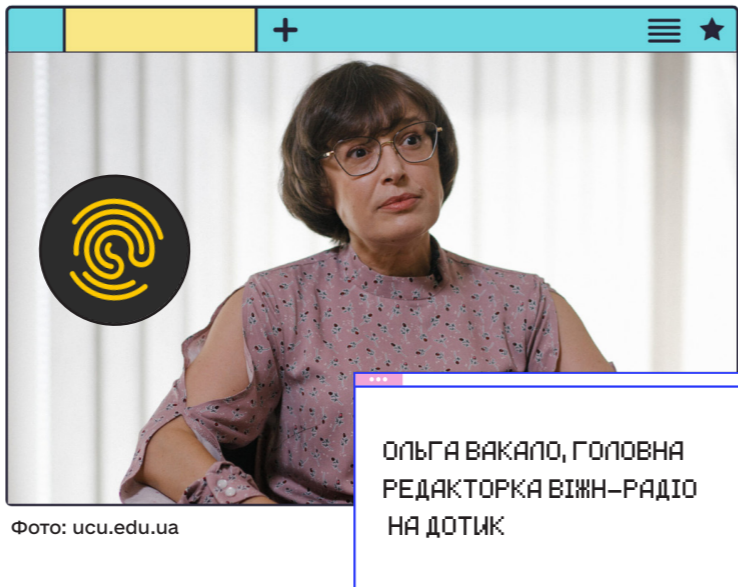


Фото: ucu.edu.ua

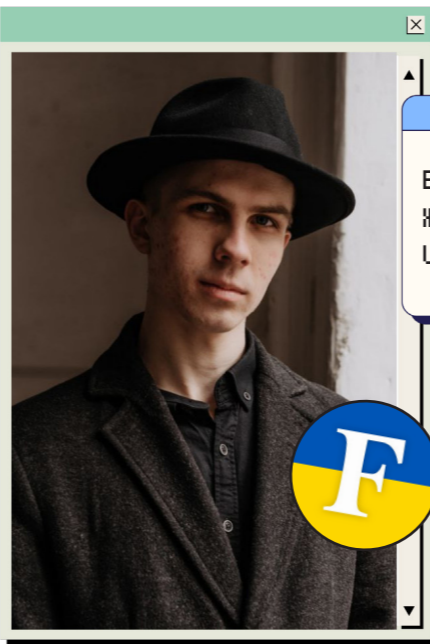
ОЛЬГА ВАКАЛО, ГОЛОВНА РЕДАКТОРКА ВІЖН-РАДІО НА ДОТИК

Ольга Вакало розпочинала свою журналістську діяльність без комп'ютерів і мобільних телефонів, без жодних наразі вже звичних способів і підручних інструментів для пошуку й перевірки інформації.

– Тоді навіть не йшлося про медіаграмотність чи вибагливого глядача. Але завжди наголошувалося на необхідності тримати високу репутаційну планку чесного й відповідально-



го інформування; уваги та поваги до тих, з ким і для кого ми працюємо. У цьому сенсі за 30 років роботи в кадрі для мене не змінилося нічого – я насамперед хочу бути тією людиною, яка крізь «холодний екран» ділиться енергією живого слова. А живим може бути тільки слово, у яке ти віриш, яке ти знайшов, відчув, наповнив красою щирих почуттів і свіжих роздумів. Це не просто і не завжди виходить. Але це те, заради чого варто бути журналістом/журналісткою.



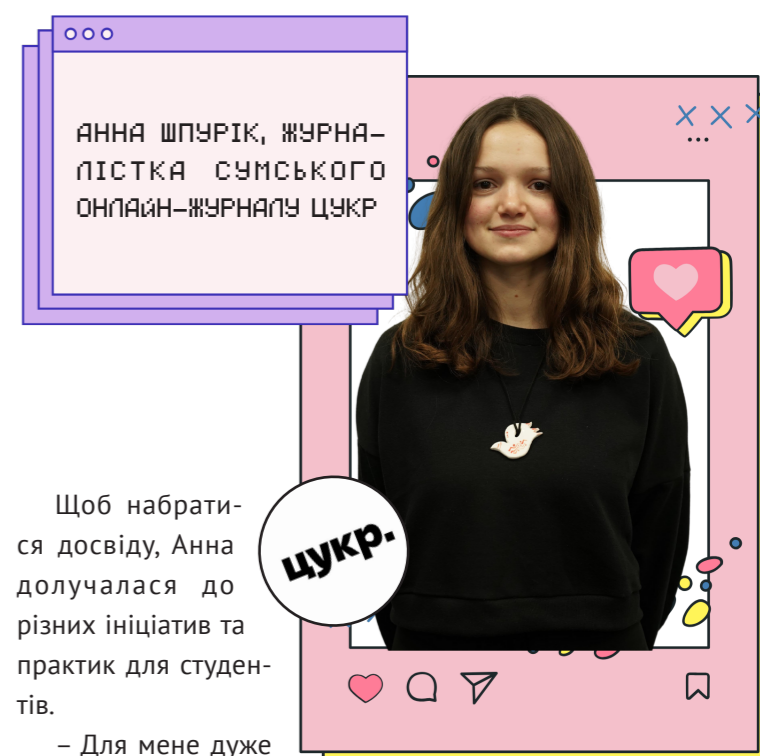
ВІТАЛІЙ ГОЛІЧ, ЖУРНАЛІСТ FORBES UKRAINE

у штаті Forbes, у відділі малого і середнього бізнесу.

– Після стажування в хабі від Фондації Суспільність мені захотілося ставити перед собою нові виклики. Працювати паралельно з навчанням в університеті я звик ще з третього курсу бакалаврату. Моїм першим роботодавцем був львівський медіахаб «Твоє місто», і я неймовірно вдячний йому за цю можливість для старту. Саме з поєднання навчання й роботи я зрозумів, що це своєрідна страховка від невизначеності, адже після закінчення університету вже маєш досвід і місце, щоб продовжити чимось займатись і заробляти.

Крім перевірки інформації та інших усім відомих правил, для Віталія важливо також контролювати обсяги й тематику того, що ми пропускаємо у свою свідомість із медіа та мережі.

– Це теж своєрідна культура споживання, адже можна забити голову цілком якісною інформацією, яка нам тематично не потрібна саме зараз. І це може вичерпати психологічний ресурс, який ми могли б використати для сприйняття контенту, що є для нас зараз найбільш корисним. Тому, на мій погляд, важливим є не лише джерело інформації, яке ми обираємо, але й формування власної адженди на день – про те, що і для чого ми хочемо дізнатися.



АННА ШПУРІК, ЖУРНАЛІСТКА СУМСЬКОГО ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ ЦУКР

Щоб набратися досвіду, Анна долучалася до різних ініціатив та практик для студентів.

– Для мене дуже круто спрацювало стажування в НЗЛ (Новини здорової людини) та Ukraïner. Брала участь у Хабі медіамобільності від Фондації Суспільність, і в межах програми стажувалася там. Ще проходила три програми від MDF, які дали ґрунтовну базу; прослухала купу лекцій із відомими журналістами. Проходила курс із чутливої журналістики, табір для журналістів і стипендійну програму. Усі ці знання я зараз використовую, щоб писати тексти. Думаю, неформальна освіта відіграє дуже важливу роль у тому, яким журналістом/журналісткою ти станеш.

Під час написання матеріалу для «Цукру» редакція обирає тему, яка буде цікавою їхній аудиторії.

– Наприклад, історії про сум'ян, які роблять щось корисне для міста та людей; бізнеси, ініціативи; а ще різні експлейнери на складні теми: як подати звернення до міськради, що робити з неефективною системою ливнівок у місті; чи про те, як створити ефективне ОСББ.

Редакція керується всіма стандартами журналістики під час написання матеріалів.

– Перевіряємо факти, дотримуємося балансу думок, точності, достовірності, повноти та відокремлення фактів від суджень тощо. Важливий пункт підготовки до інтерв'ю – перевірити всі соцмережі героя; подивитися, чи не писав він суперечливі думки тощо.

## Світ подкастів про людей та медіа

 **Марія БАШКАТОВА (СН-312)**

Новин стає все більше, і вони частіше викликають втому. У подкасті «Ранкова доза» була класна фраза: якщо втомилася слухати новини, пора слухати книжки. Для читання не завжди знаходиться час і настрої, натомість – якщо поки не виходить читати, можна слухати подкасти! Український ринок бурлить, розвивається і випускає все складніші шедеври. Усе частіше подкаст –

це не лише розмова двох чи трьох людей на певну тему, а й сторітелінг, наративна історія чи цікаве заглиблення в незнайому сферу. Дібрала приклади, слухаючи які, можна підтягнути різні журналістські навички, дізнатися нове в незнайомій галузі чи просто зануритися в історію й не думати ні про що інше. Обирайте вухами улюблене!

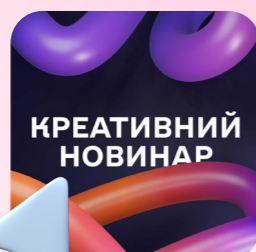
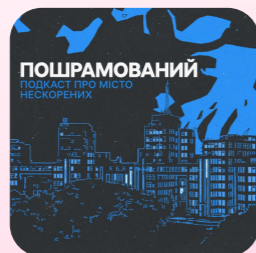
**Сафари** – полювання журналіста «Української правди» Михайла Ткача на російські активи у світі. Корупційні скандали росіян; деталі й тонкощі розслідувань у 30-хвилинних розмовах про санкції. Яхти олігархів у Іспанії та Франції; про те, як живуть за кордоном їхні діти та які зараз літаки в російських корпціонерів.

**Пошрамований** – історії про те, як вистояв Харків у перші дні повномасштабного вторгнення. Хроніка-рефлексія журналістів «Суспільного» про бої в місті та життя під обстрілами. Дізнаєтеся про кожен шрам міста, що вплинув на людей і лишив свій слід: ворожа техніка, понівечені будинки, літаки. А ще – про першу хвилю деокупації.

**Саме там** – документальні аудіофільми Ірини Лопатиної та Богдана Амосова від Radio NV про все на світі. Від видів карпатської бринзи до перебігу російсько-української війни у 2019–2020 роках, фільму про ВІЛ, трудову міграцію та злиднів з погляду науки. Слухайте, щоб описувати деталі у своїх текстах краще та заслухатися історією, наче це наративний подкаст.

**Креативний Новинар** – добірка новин із креативних індустрій за тиждень. Веде Марія Ланова. Ви можете слухати їх, щоб не пропускати нові фішки соцмереж та корисні сервіси, які допомагають у роботі у сфері диджитал. Якщо вчитеся й мрієте працювати з креативом – зможете дізнатися про цікаві рішення та як все працює зсередини.

**Media in progress** – коли українські медійники мають довести свою редакційну незалежність та цілий офіс іде з Kuiv Post – ми стаємо свідками творення нового медіа. Kuiv Independent – англомовний подкаст про процеси кінця 2021 року, коли медіа тільки з'явилися: розмови про загрозу війни, досвід швидкого створення нових продуктів для читачів та виклики перед людьми з редакції.




**Справа 25** – висвітлення «Суспільним» найбільшого кримінального процесу над політв'язнями в окупованому Криму. Цикл з 4 серій, у яких дізнаєтеся, як усе відбувалося в Криму після 26 лютого. Про незаконні арешти, порушення прав людини під час кримських обшуків та судів, російську практику «таємних свідків» зі слів Даміра Мінадірова та як росіяни обвинувачують людей у протиправних діях лише через те, що вони виступили проти окупації Криму. Почуєте імена й історії кримських політв'язнів і голоси їхніх родичів. Подкаст ведуть журналісти Альона Савчук і Тарас Ібрагімов.

**Неначасі** – подкаст про історії заporіжців, до яких упереджено ставляться в суспільстві. Розмови Катерини Майбороди з лесбійками, геями, бісексуалами, які живуть, мріють і долають труднощі. Він записаний з історичними вставками, що допоможуть зрозуміти більше контексту – як і що відбувалося в Запоріжжі раніше. Подкаст про людей, яких цікаво послухати, щоб зрозуміти: чому ЛГБТ-центри важливі; що фемінізм – не про ненависть чоловіків; як підтримувати свого сина, якщо він гей; як навчитися толерантності й готовності слухати та підтримувати людину, щоб вона мала стільки ж прав, скільки й ти.

**Почуті / По суті** від «Центру спільних дій» – про історії людей, які ухвалюють рішення та як ці рішення в подальшому вплинуть на наше життя. Розмови з усіма, хто дотичний до суспільних процесів. Почуєте про закон стосовно нацменшин, про централізацію влади, про важливість діалогу волонтерів з державою та про деколонізацію. Допоможе для розуміння того, що відбувається в Україні

**Як ми вижили** – подкаст у двох сезонах про історію радянських депортацій 1944–1953 років та досвіди наших бабусь і дідусів під час Другої світової війни. Розкаже журналістам більше деталей про болючі та непроговорені теми нашого минулого. Почуєте історії про: депортації, спроби повернутися на свої землі після виселення, життя в окупації під час Другої світової війни, насильство, жорстокість, антиєврейські переслідування й важливість пам'яті про Голокост...

## Відкривайте світ знань через ігри!

 **Анастасія ЗАВОДЮК (СН-311)**

Медіаграмотність – комплекс знань, навичок і вмінь, необхідних для ефективної взаємодії з інформацією в медійному середовищі. Бути медіаграмотним означає розуміти та критично ставитися до медійних повідомлень, визначати достовірність інформації, а також виявляти ступінь впливу медійних технологій на суспільство.

Враховуючи швидке розширення інформаційного простору та збільшення кількості медійних засобів, набуття необхідних навичок медіаграмотності стає надзвичайно важливим аспектом життя сучасної людини.

Вчитися формувати й оберігати свій інформаційний простір можна граючись. Рекомендуємо вам випробувати найцікавіші ігри.

### HARMONY SQUARE



Мета гри – відобразити маніпуляційні методи, що використовуються для введення людей в оману, розширення аудиторії та впливу на соціальний контекст з політичним спрямуванням.

### The Bad News Game



Гра спрямована на формування психологічного опору дезінформації в інтернеті та розкриття маніпуляційних методів і тактик.

### Пригоди Літературса



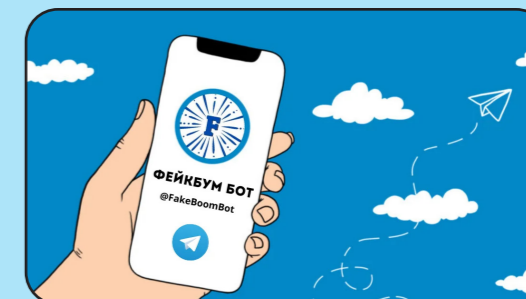
Гра складається з 10 рівнів. Головний герой шукає свою кохану, яку викрали. Щоб її знайти, доведеться оцінювати достовірність і правдивість інформації, робити перевірки та знаходити правду. Наприкінці гри можна дізнатися, чи компетентний ви медіаспоживач.

### Вихити в Інтернеті місія (не) здійсненна



Гра дозволяє вам обрати свою роль (користувач, блогер або журналіст(ка)) та визначити, чи зможете ви вихити в Інтернеті, не порушуючи правил.

### Фейкбум бот



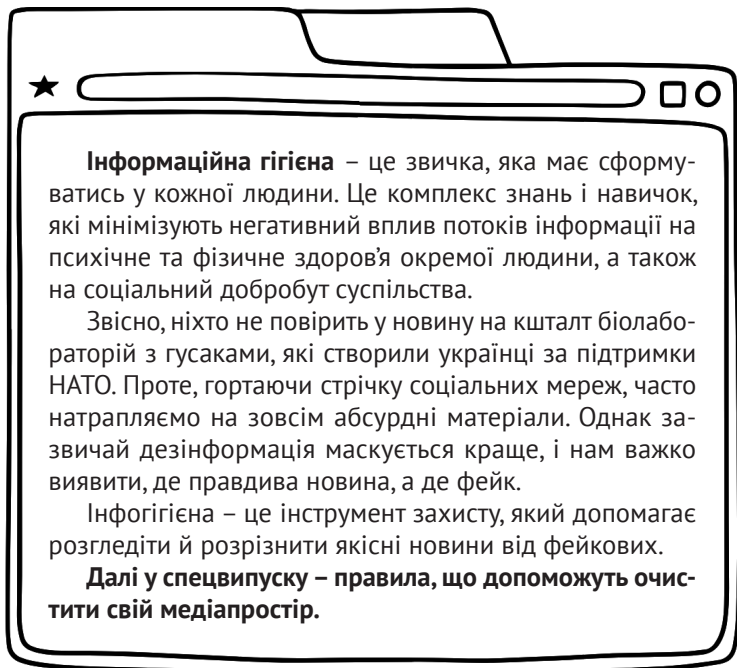
Мета гри – підвищення рівня медіаграмотності користувачів телеграму. Використовуються методи візуалізації та гейміфікації для розуміння, як поширюються фейки та інформаційні маніпуляції в соціальних мережах.

Ігри є не лише засобом розваги, а й потужним інструментом для розвитку критичного мислення. Вони стимулюють активний досвід, розвивають здатність аналізувати, оцінювати та раціонально вирішувати завдання. Багато ігор намагаються реалістично відтворити ситуації, у яких гравці повинні ухвалювати рішення, що розвиває їхню спроможність аналізувати та реагувати на різноманітні ситуації.

START



# Мінімізація негативного впливу потоків інформації



## Правило перше: НЕДОВІРА

У жодному разі не потрібно вірити абсолютно всьому, що вам трапляється у стрічці. Наприклад, відео в тіктоці з заголовком «Польща готує наступ на РФ». Після побаченого одразу ставте собі запитання: «Кому вигідно поширювати таку інформацію і якої реакції від мене чекають?» У цьому випадку відповідь очевидна – це фейк, хоча й досі українці вірять у такі повідомлення.

## Правило друге: ПЕРЕВІРКА

Поширення неперевіреної інформації завдає неймовірної шкоди. Аби очистити свій медіапростір, застосовуйте фактчекінг. Завжди, коли отримуєте сенсаційне повідомлення, перевіряйте його в кількох незалежних джерелах та шукайте першоджерело. Особливо уважно треба придивлятися до новин у соціальних мережах. Навіть якщо це збори для військових, але проводять їх сумнівні люди – краще не ризикувати. Бажано або вийти на людей, для яких збирають кошти (щоб бути певним: гроші будуть витрачені правильно), або взагалі не донатити.

Якщо вам трапилась інформація лише в одному джерелі, без будь-яких підтверджень, то в 99% випадків вона фейкова.

## Правило третє: ІГНОРУВАННЯ КЛІКБЕЙТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

«Передбачення Ванги справдилось! Війна закінчиться через...» Чи часто вам траплялися такі заголовки? Це клікбейт. Аби забезпечити свій інформаційний простір, не звертайте уваги та повністю ігноруйте їх. Матеріали з такими гучними назвами зазвичай не несуть ніякої корисної, а тим паче – правдивої – інформації. За допомогою клікбейтних заголовків медіа прагнуть привернути до себе увагу, і часто їм це вдається.

## Правило четверте: ФОРМУВАННЯ СПИСКУ ДЖЕРЕЛ, ЯКИМ ВИ ДОВІРЯЄТЕ

Потрібно визначитись зі ЗМІ, яким ви можете довіряти. Інститут масової інформації створив [Білий список медіа](#), куди ввійшли найвідповідальніші онлайн-видання. Ви можете читати новини звідти або створити власний список джерел, яким довіряєте! Нехай це будуть, наприклад, 3-5 телеграм-каналів, які вам подобаються і які довели, що публікують правдиві та якісні матеріали. Не намагайтеся прочитати всі новини, як це робили українці на початку повномасштабного вторгнення. Усе проглянути нереально, не треба читати 100 джерел на день.

## Правило п'яте: МІНІМУМ ЕМОЦІЙ – ТІЛЬКИ ФАКТИ

Це необхідна умова для підтримки власної інформаційної гігієни. Виважено сприймати новини – найправильніше рішення на інформаційному фронті. Ми споживаємо багато негативної інформації – такі реалії сьогодення. Однак не варто довіряти так званим експертам, які намагаються нагнітати ситуацію, апелювати до ваших емоцій. Слухайте професіоналів. А ще, перш ніж поширити якесь повідомлення, переконайтесь в його достовірності. Уникайте критичне мислення, перевіряйте факти (посилання), аналізуйте матеріали й усіма можливими способами уникайте маніпуляцій з боку країни-агресора.

Тримайте голову холодною, намагайтеся контролювати власні емоції, аби критичне мислення та здоровий глузд усе ж домінували.

Діана ПИЛИПЕНКО (СН-310)

ДЯКУЄМО, ЩО ЧИТАЛИ! 👍 підтримайте спецвипуск вподобайкою і коментарем

## StudPOL

Студентська газета  
кафедри журналістики  
Випуск: №30(72)

☎ **Телефон редакції:**  
+38(061)769-8-463

✉ **Електронна пошта:**  
studpol@ukr.net

**Укладачі:** К. Єськова, В. Погребна.  
**Рецензенти:** К. Єськова, Н. Островська.  
**Головний редактор:** О. Носок.  
**Редколегія:** Д. Пилипенко, Ю. Роншина,  
М. Башкатова, О. Носок, В. Швець,  
Р. Пугач, А. Заводюк, І. Обухова.  
**Комп'ютерна верстка та дизайн:** О. Носок,  
Р. Пугач.

Затверджено на засіданні  
кафедри журналістики.  
Протокол №7 від  
02.04.2024 року.

Редакція газети може не  
поділяти думки авторів, але  
залишає за собою право  
на редагування матеріалів.



Ще більше цікавого контенту  
від кафедри за QR-кодом.

