

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра прикладної соціології та
соціальних комунікацій**

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи на тему:

**«ФАКТЧЕКИНГ ЯК СКЛАДОВА МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ
КОРИСТУВАЧІВ ЦИФРОВИХ МЕДІА»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ЗСМК-42
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика
Найдіч А.В.

Керівник: канд.соц.н., доцент
Субота М.М.

Рецензент:

Харків – 2025

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	5
1.1 Сутність і поняття медіакомпетентності та її структура.....	5
1.2 Цифрові медіа як середовище формування медіаграмотності.....	9
1.3 Критичне мислення як основа медіакомпетентності	15
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2 ФАКТЧЕКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ	24
2.1.Сутність фактчекингу: етапи, види та принципи	24
2.2 Інструменти фактчекингу в цифровому просторі	34
2.3 Роль фактчекингу у виявленні фейків та дезінформації	38
Висновки до розділу 2.....	42
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ КОРИСТУВАЧІВ	44
3.1 Методика дослідження рівня володіння фактчекінговими навичками	44
3.2 Результати опитування/аналізу та їхня інтерпретація.....	48
3.3 Пропозиції щодо підвищення медіакомпетентності через навчання фактчекингу.....	56
Висновки до розділу 3.....	60
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному інформаційному просторі користувачі цифрових медіа щоденно зіштовхуються з великою кількістю повідомлень, що не завжди є достовірними. Проблема поширення фейкових новин, маніпулятивних матеріалів та дезінформації набула глобального масштабу. У зв'язку з цим зростає потреба у формуванні медіакомпетентності громадян, важливим складником якої є фактчекінг – перевірка інформації на достовірність. Саме навички критичного мислення та вміння розпізнавати неправдиву інформацію є ключовими для безпечного та свідомого користування цифровими медіа. Актуальність теми зумовлена необхідністю дослідження ролі фактчекінгу у процесі формування критично мислячого, відповідального користувача інформаційного простору.

Об'єкт дослідження: медіакомпетентність користувачів цифрових медіа.

Предмет дослідження: фактчекінг як інструмент формування медіакомпетентності в умовах цифрового інформаційного середовища.

Мета дослідження: дослідити роль фактчекінгу як складової медіакомпетентності користувачів цифрових медіа та визначити шляхи її розвитку у сучасному інформаційному середовищі.

Завдання дослідження:

1. Обґрунтувати категоріальний апарат дослідження.
2. Розкрити сутність і поняття медіакомпетентності та фактчекінгу.
3. Визначити місце фактчекінгу в структурі медіакомпетентності.
4. Виявити рівень обізнаності користувачів цифрових медіа щодо методів перевірки інформації.
5. Охарактеризувати інструменти та практики фактчекінгу, які можуть бути ефективно застосовані у повсякденному житті.
6. Запропонувати рекомендації щодо підвищення рівня медіакомпетентності через розвиток навичок фактчекінгу.

Теоретичною та методологічною основою дослідження є положення сучасної теорії комунікації, соціології інтернету та медіа, теорії медіаосвіти, інформаційної безпеки та теорії журналістики.

Методи дослідження:

У дипломній роботі використано комплекс загальнонаукових методів, що забезпечили глибоке вивчення проблематики фактчекінгу як складової медіакомпетентності користувачів цифрових медіа. Методи аналізу й синтезу дали змогу опрацювати наукові джерела та сформувати цілісне уявлення про ключові поняття дослідження; індукція та дедукція використовувалися для формування гіпотез і логічного обґрунтування висновків; порівняльний метод дозволив зіставити різні підходи до фактчекінгу в міжнародному та національному контекстах; метод узагальнення сприяв формулюванню висновків щодо ролі фактчекінгу у формуванні критичного мислення, а системний підхід дав змогу розглядати медіакомпетентність як багатовимірну структуру з інтеграцією фактчекінгових практик у її функціональний зміст.

Методом отримання первинної емпіричної інформації виступало авторське пошукове дослідження, реалізоване методом онлайн опитування користувачів цифрових медіа (n=30); також використовувався метод кейс-стаді – аналізувалися кейси фактчекінгу в українському медіапросторі.

Наукова новизна дослідження. У роботі здійснено комплексний аналіз поняття фактчекінгу як складової медіакомпетентності користувачів цифрових медіа. Запропоновано авторське бачення інтеграції практик фактчекінгу в освітній процес та побутове використання інформації в умовах сучасного медіапростору.

Структура дипломної роботи складається з наступних елементів: вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків до них, загального висновку, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи складає – 89 сторінки (основний зміст – 61 сторінок, список використаних джерел – 3 сторінок, додатки – 21 сторінки). Список використаних джерел містить 23 найменувань.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

1.1 Сутність і поняття медіакомпетентності та її структура

У сучасному інформаційному суспільстві, де медіа набули всепроникної сили та стали невід'ємною частиною повсякденного життя кожної людини, особливої актуальності набуває питання формування медіакомпетентності. Це складне та багатогранне поняття охоплює широкий спектр знань, умінь, навичок та якостей особистості, які дозволяють їй ефективно взаємодіяти з медіапростором, критично оцінювати інформацію та використовувати її для власного розвитку [20].

Медіакомпетентність можна трактувати як інтегративну якість особистості, що характеризується сукупністю систематизованих знань, умінь і навичок, ціннісного ставлення до медіасередовища, які забезпечують готовність до цілеспрямованого сприйняття, критичного аналізу, оцінювання і створення медіатекстів різних форм та жанрів. Це поняття виникло у відповідь на стрімкий розвиток медіатехнологій та необхідність формування навичок безпечної та ефективної взаємодії з ними.

Історичне підґрунтя формування концепції медіакомпетентності сягає середини ХХ століття, коли виникла потреба в осмисленні впливу масової інформації на свідомість людей. З розвитком телебачення, радіо, преси, а згодом інтернету та соціальних мереж, питання медіаосвіти та формування медіакомпетентності стало об'єктом досліджень багатьох науковців. Сьогодні це питання вийшло далеко за межі педагогіки та комунікативістики, ставши міждисциплінарною проблемою, що перебуває на перетині психології, соціології, філософії, культурології та інформатики.

Медіакомпетентність характеризується багатокомпонентною структурою, кожен елемент якої відіграє важливу роль у формуванні цілісного розуміння медіасередовища. Когнітивний компонент охоплює систему знань

про медіасередовище, його функціонування, закономірності впливу на аудиторію, розуміння специфіки різних видів медіа, їхньої мови та особливостей репрезентації дійсності. Когнітивний аспект також включає обізнаність щодо методів аналізу медіатекстів, розуміння контексту їхнього створення та поширення, знання про правові та етичні аспекти діяльності засобів масової інформації.

Мотиваційно-ціннісний компонент відображає сформованість ціннісних орієнтацій щодо медіасередовища, усвідомлення його значущості для особистісного та професійного розвитку, мотивацію до постійного розширення власної медіакомпетентності. Цей компонент визначає емоційно-ціннісне ставлення до інформації, готовність відстоювати власну позицію щодо медіаконтенту, здатність протистояти маніпулятивним впливам та дезінформації. Важливим аспектом є також усвідомлення етичної відповідальності за власну медіаактивність [23].

Діяльнісний або операційний компонент охоплює практичні вміння та навички роботи з медіаресурсами, здатність знаходити, відбирати, аналізувати, оцінювати та використовувати медіаінформацію відповідно до власних потреб. Цей компонент включає навички створення власного медіаконтенту, використання медіаресурсів для самовираження, комунікації та вирішення різноманітних завдань. Важливим аспектом діяльнісного компонента є здатність критично аналізувати медіатексти, розпізнавати маніпулятивні технології, пропаганду, стереотипи, упередження та інші формати викривлення інформації.

Рефлексивний компонент передбачає здатність особистості аналізувати власний досвід взаємодії з медіасередовищем, оцінювати рівень своєї медіакомпетентності, визначати перспективи її розвитку. Цей компонент пов'язаний з усвідомленням впливу медіа на власні думки, почуття, поведінку, з розумінням особистих медіапотреб та медіавподобань, їхнім критичним осмисленням. Рефлексивний аспект дозволяє людині контролювати свою

медіаактивність, уникати медіазалежності, зберігати психологічне благополуччя в умовах інформаційного перевантаження.

Креативний компонент медіакомпетентності виявляється у здатності до творчого переосмислення медіаінформації, створення оригінального медіаконтенту, використання медіаресурсів для самовираження та реалізації творчого потенціалу. Цей компонент пов'язаний з розвитком медіаторчості, експериментуванням з різними формами та жанрами медіатекстів, пошуком нових способів представлення інформації.

Комунікативний компонент відображає здатність особистості до ефективної комунікації в медіапросторі, розуміння особливостей взаємодії з різними аудиторіями, вміння адаптувати своє повідомлення відповідно до специфіки комунікативної ситуації. Цей компонент включає навички медіадіалогу, участі в дискусіях, обговореннях, вміння аргументувати власну позицію, поважати плюралізм думок, дотримуватися етики спілкування.

Технологічний компонент передбачає наявність технічних навичок використання медіазасобів, розуміння принципів функціонування медіатехнологій, здатність орієнтуватися в потоці нових медіаформатів та платформ. У сучасних умовах цей компонент набуває особливого значення у зв'язку з постійним оновленням технологій та появою нових форм медіа, які вимагають від користувачів постійного оновлення своїх знань та навичок.

Аксіологічний компонент пов'язаний з розумінням ціннісних аспектів медіаінформації, здатністю оцінювати медіатексти з точки зору їхньої відповідності гуманістичним, етичним, естетичним, культурним цінностям. Цей компонент включає розуміння соціальної відповідальності медіа, їхньої ролі у формуванні суспільної думки, цінностей та ідеалів.

Захисний компонент медіакомпетентності визначає здатність особистості протистояти негативним впливам медіасередовища, зберігати критичне мислення та психологічну стійкість в умовах інформаційних війн, маніпулятивних технологій, медіаагресії. Цей компонент включає навички

медіагігієни, вміння обмежувати споживання шкідливого контенту, захищати свій інформаційний простір від небажаних впливів.

Медіакомпетентність також має різні рівні розвитку, які відображають ступінь оволодіння особистістю різними аспектами взаємодії з медіасередовищем. На базовому рівні людина володіє елементарними навичками користування медіаресурсами, здатна сприймати та розуміти медіатексти, але не завжди критично їх оцінює. На середньому рівні формується здатність до аналітичного сприйняття медіаінформації, розуміння її контексту, виявлення маніпуляцій, стереотипів, упереджень. Високий рівень медіакомпетентності характеризується здатністю до критичного осмислення медіатекстів, їхнього творчого переосмислення, продукування власного медіаконтенту, активної участі в медіадискурсі, розуміння глобальних тенденцій розвитку медіасередовища [21].

Важливо зазначити, що медіакомпетентність не є статичною якістю – вона потребує постійного розвитку та оновлення відповідно до змін у медіасередовищі. З появою нових технологій, форматів, платформ виникають нові виклики та ризики, які вимагають адаптації наявних навичок та формування нових. Тому медіаосвіта та розвиток медіакомпетентності мають бути неперервним процесом, що триває впродовж усього життя.

У сучасному світі медіакомпетентність стає не просто бажаною, а необхідною умовою повноцінної участі особистості в суспільному житті, її професійної реалізації, особистісного розвитку. Вона забезпечує можливість орієнтуватися в інформаційному просторі, протистояти інформаційним маніпуляціям, використовувати медіаресурси для самоосвіти, комунікації, творчості. В умовах інформаційного суспільства медіакомпетентність стає одним із ключових факторів, що визначає якість життя людини, її конкурентоспроможність на ринку праці, здатність до адаптації в мінливому світі.

Отже, медіакомпетентність є складним, багатокомпонентним феноменом, що охоплює широкий спектр знань, умінь, навичок, особистісних

якостей, які забезпечують ефективну взаємодію людини з медіасередовищем. Її формування та розвиток мають стати пріоритетним завданням освіти на всіх рівнях, від початкової школи до освіти дорослих, оскільки саме медіакомпетентність є ключем до безпечного та продуктивного існування в інформаційному суспільстві.

1.2 Цифрові медіа як середовище формування медіаграмотності

Цифрові медіа стали невід’ємною частиною сучасного життя, трансформуючи способи, якими ми отримуємо, обробляємо та поширюємо інформацію. Вони охоплюють широкий спектр технологій і платформ, включаючи соціальні мережі, блоги, відеохостинги, подкасти, мобільні додатки, новинні портали та безліч інших інструментів комунікації, що функціонують у цифровому просторі. Саме це середовище сьогодні є ключовим полем формування медіаграмотності – компетентності, без якої неможливо повноцінно існувати в інформаційному суспільстві.

Цифровий медіапростір має низку унікальних характеристик, які визначають його особливу роль у формуванні медіаграмотності. Перш за все, він характеризується безпрецедентною доступністю інформації та демократизацією її створення. Якщо традиційні медіа (телебачення, радіо, друкована преса) функціонували за моделлю «один-багатьом», де невелика кількість виробників контенту транслювала його багатомільйонній аудиторії, то цифрові медіа діють за принципом «багато-багатьом», де кожен користувач може бути як споживачем, так і творцем контенту. Ця особливість докорінно змінює медіаландшафт, розмиваючи межі між професійними медіа та аматорським контентом, між достовірними джерелами та сумнівними ресурсами [22].

Інтерактивність цифрових медіа є їхньою другою визначальною характеристикою. На відміну від пасивного споживання інформації, яке було

притаманне для традиційних медіа, цифрові платформи передбачають активну взаємодію користувача з контентом: коментування, поширення, створення власних варіацій, участь у дискусіях тощо. Ця інтерактивність створює унікальне середовище для формування медіаграмотності через безпосередній досвід, експериментування та рефлексію.

Гіпертекстуальність як третя ключова особливість цифрових медіа проявляється у нелінійному способі організації інформації через систему перехресних посилань, які дозволяють користувачеві самостійно вибудовувати траєкторію знайомства з контентом. Така структура інформації вимагає особливих навичок орієнтації в інформаційному просторі, вміння вибудовувати логічні зв'язки між фрагментами інформації, відрізняти основне від другорядного.

Мультимедійність, тобто поєднання різних форматів представлення інформації (текст, зображення, відео, аудіо, інтерактивні елементи) в одному середовищі, розширює можливості для сприйняття та осмислення контенту, але водночас вимагає від користувача вміння декодувати різні семіотичні системи, розуміти специфіку різних медіаформатів та їхній вплив на повідомлення [19].

Персоналізація інформаційних потоків через алгоритми рекомендацій, таргетовану рекламу, фільтри контенту є ще одним важливим аспектом цифрових медіа. З одного боку, це полегшує доступ до релевантної інформації, з іншого – створює ефект «інформаційної бульбашки», коли користувач отримує переважно ту інформацію, яка відповідає його вже сформованим поглядам та інтересам, що може призводити до поляризації думок та обмеження світогляду.

Швидкість поширення інформації в цифровому середовищі є безпрецедентною: новини, ідеї, тренди розповсюджуються практично миттєво, долаючи географічні, культурні, мовні бар'єри. Це створює ефект «інформаційного перевантаження», коли кількість доступної інформації

значно перевищує здатність людини її обробити, що вимагає особливих навичок фільтрації та відбору контенту.

У контексті цих особливостей цифрові медіа створюють унікальне середовище для формування медіаграмотності, яке одночасно пропонує нові можливості та ставить серйозні виклики. Розглянемо детальніше, як різні аспекти цифрового медіасередовища впливають на формування медіаграмотності.

Соціальні мережі як найпопулярніший сегмент цифрових медіа є потужним інструментом формування медіаграмотності через безпосередній досвід. Користувачі соціальних мереж щодня стикаються з необхідністю відрізняти достовірну інформацію від фейків, розпізнавати маніпулятивні публікації, аналізувати джерела інформації, оцінювати логічність аргументації в дискусіях. Крім того, створюючи власний контент, користувачі вчаться формулювати думки, враховувати особливості аудиторії, використовувати різні формати для донесення повідомлення. Водночас соціальні мережі створюють численні пастки для медіаграмотності: ефект «ехо-камер», коли користувач бачить переважно ту інформацію, яка відповідає його поглядам; емоційна заангажованість, яка заважає критичному аналізу; поверховість сприйняття інформації через її надмірну кількість.

Новинні портали та онлайн-видання в цифровому просторі є важливим середовищем формування навичок критичного аналізу новин. На відміну від традиційних ЗМІ, онлайн-новини супроводжуються можливістю миттєвої перевірки фактів через альтернативні джерела, обговорення в коментарях, доступ до первинних джерел інформації. Це створює умови для більш глибокого аналізу медіаконтенту, порівняння різних точок зору, виявлення упередженості журналістів. Водночас цифрове середовище породило феномен «клікбейтних» заголовків, гонитви за сенсаційністю, миттєвого поширення неперевіреної інформації, що становить серйозний виклик для медіаграмотності.

Відеохостинги та стрімінгові платформи пропонують безмежні можливості для аудіовізуальної медіаосвіти. Документальні фільми, освітні канали, науково-популярний контент, відеоуроки з медіаграмотності є доступними для мільйонів користувачів. Крім того, можливість створювати власний відеоконтент розширює арсенал інструментів самовираження та медіаторчості, що є важливим компонентом медіаграмотності. Однак візуальні медіа також створюють нові виклики: маніпуляції через відеомонтаж, використання емоційних образів для впливу на сприйняття, поширення дезінформації через візуальний контент, який сприймається як більш достовірний порівняно з текстовим.

Блогосфера та подкастинг як форми персоналізованих медіа сприяють розвитку здатності розрізняти суб'єктивні думки та об'єктивні факти, аналізувати авторську позицію, розуміти контекст створення контенту. Автори блогів та подкастів часто представляють альтернативні точки зору на події, виступають як незалежні експерти, розкривають теми, які залишаються поза увагою традиційних медіа. Це розширює інформаційне поле, сприяє плюралізму думок, але водночас вимагає від аудиторії підвищеної критичності та вміння оцінювати компетентність авторів.

Електронні бібліотеки, освітні платформи, наукові репозиторії, які теж є частиною цифрового медіапростору, надають доступ до якісної, перевіреної інформації, створюючи альтернативу «інформаційному шуму» соціальних мереж. Вони формують культуру роботи з першоджерелами, навички наукового пошуку, вміння оцінювати достовірність джерел, що є фундаментальними аспектами медіаграмотності.

Окремо варто відзначити роль мобільних додатків та месенджерів у формуванні медіаграмотності. Смартфон як персональний пристрій доступу до інформації створює умови для безперервної медіаосвіти, доступу до інформації «тут і зараз», миттєвої перевірки фактів. Водночас мобільні додатки і месенджери стали популярним каналом поширення дезінформації через їхню персоналізованість та складність контролю.

Важливо підкреслити, що цифрові медіа створюють не лише нове інформаційне середовище, але й нову культуру сприйняття інформації. Дослідники говорять про феномен «кліпового мислення», коли інформація сприймається фрагментарно, без встановлення глибинних зв'язків між її елементами; про «серфінг» інформаційними потоками замість глибокого занурення в тему; про зміну моделей читання від лінійного до нелінійного, вибіркового. Ці трансформації когнітивних процесів вимагають нових підходів до формування медіаграмотності, які враховували б особливості взаємодії людини з цифровим контентом.

Особливо потужним інструментом формування медіаграмотності в цифровому середовищі є створення користувацького контенту. Перехід від пасивного споживання до активного виробництва інформації дозволяє глибше зрозуміти механізми функціонування медіа, усвідомити вплив форми на зміст повідомлення, відчувати відповідальність за створюваний контент. Коли людина сама створює медіаповідомлення – знімає відео, пише блог, робить подкаст, вона не лише розвиває технічні навички роботи з медіаінструментами, але й вчиться структурувати інформацію, враховувати особливості аудиторії, передбачати можливі інтерпретації свого повідомлення.

Цифрові медіа також створюють унікальні можливості для колективного формування медіаграмотності через краудсорсинг перевірки фактів, створення спільнот з медіаосвіти, колаборативні проекти з аналізу медіаконтенту. Платформи для фактчекінгу, спільноти з обговорення медіаманіпуляцій, колективні ресурси з викриття фейків – все це приклади того, як цифрове середовище сприяє формуванню медіаграмотності через співпрацю та обмін досвідом.

Важливо зазначити, що цифрові медіа не лише створюють середовище для формування медіаграмотності, але й самі є об'єктом критичного аналізу в контексті медіаосвіти. Розуміння принципів функціонування алгоритмів соціальних мереж, усвідомлення бізнес-моделей цифрових платформ, які базуються на монетизації уваги користувачів, критичний аналіз політики

модерації контенту – все це є важливими аспектами медіаграмотності в цифрову епоху.

Особливу роль у формуванні медіаграмотності в цифровому середовищі відіграють освітні ініціативи, спрямовані на розвиток критичного мислення та медіакомпетентностей. Це онлайн-курси з медіаграмотності, інтерактивні симулятори, які дозволяють «прожити» різні сценарії взаємодії з інформацією, ігрові формати навчання розпізнаванню фейків, тести на виявлення маніпуляцій тощо. Такі ініціативи використовують потенціал цифрових медіа для розвитку здатності критично взаємодіяти з цими ж медіа.

Водночас з новими можливостями цифрові медіа створюють і нові виклики для формування медіаграмотності. Одним з таких викликів є поява «глибинних фейків» (deepfakes) – фальшивого контенту, створеного за допомогою штучного інтелекту, який може бути надзвичайно складно відрізнити від справжнього. Розвиток технологій маніпулювання аудіовізуальним контентом вимагає постійного оновлення інструментарію медіаграмотності. Іншим викликом є таргетована дезінформація – створення фейкового контенту, спрямованого на конкретні аудиторії з урахуванням їхніх психологічних особливостей, переконань, страхів. Такі маніпуляції, посилені можливостями збору та аналізу даних про користувачів, які надають цифрові платформи, можуть бути надзвичайно ефективними та складними для розпізнавання [18].

Не менш серйозним викликом є феномен «постправди», коли емоційні реакції та особисті переконання стають більш значущими для формування громадської думки, ніж об'єктивні факти. Цифрові медіа, які сприяють емоційному залученню та персоналізації інформаційних потоків, можуть посилювати цей ефект, ускладнюючи формування критичного сприйняття інформації.

Проблема інформаційних «бульбашок» і «ехо-камер», коли користувач отримує переважно ту інформацію, яка відповідає його вже існуючим поглядам, також є серйозним викликом для медіаграмотності. Алгоритми

персоналізації контенту, які використовуються цифровими платформами, можуть обмежувати доступ до альтернативних точок зору, створюючи ілюзію об'єктивності при фактично обмеженому інформаційному полі.

Отже, цифрові медіа створюють складне і багатогранне середовище для формування медіаграмотності, яке характеризується як новими можливостями, так і новими викликами. Вони одночасно є і інструментом, і об'єктом медіаосвіти, створюючи унікальну ситуацію, коли навички взаємодії з цифровим середовищем формуються безпосередньо в процесі цієї взаємодії.

Медіаграмотність в епоху цифрових медіа стає не просто освітнім компонентом, а життєвою необхідністю, що визначає здатність людини орієнтуватися в інформаційному просторі, приймати виважені рішення, зберігати психологічне благополуччя в умовах інформаційного перевантаження. Формування цієї компетентності вимагає системного підходу, який би враховував як технологічні, так і психологічні, соціальні, культурні аспекти взаємодії людини з цифровим медіасередовищем.

У перспективі роль цифрових медіа як середовища формування медіаграмотності буде лише зростати, враховуючи тенденції до діджиталізації освіти, роботи, дозвілля, соціальних взаємодій. Тому розробка ефективних стратегій розвитку медіаграмотності в цифровому просторі стає одним з ключових завдань освітньої політики, медіаіндустрії та громадянського суспільства.

1.3 Критичне мислення як основа медіакомпетентності

В умовах стрімкого розвитку інформаційного суспільства та безпрецедентного зростання обсягів інформації, доступної через різноманітні медіа, здатність критично оцінювати та осмислювати медіаконтент стала необхідною навичкою для кожної людини. Критичне мислення є не просто елементом, а фундаментальною основою медіакомпетентності, без якої

неможливе формування всіх інших її компонентів. Це складний інтелектуальний процес, який дозволяє особистості ефективно орієнтуватися в інформаційному просторі, розпізнавати маніпуляції, робити виважені висновки та приймати обґрунтовані рішення.

Критичне мислення можна визначити як особливий тип мислення, що характеризується усвідомленістю, самостійністю, рефлексивністю, цілеспрямованістю, обґрунтованістю та контрольованістю. Це активний процес, який починається з усвідомлення проблеми та формулювання запитань, і продовжується через збір та аналіз інформації, оцінку її достовірності, виявлення логічних зв'язків, пошук альтернатив, обґрунтування висновків та рефлексивну оцінку власного мисленнєвого процесу. Критичне мислення є антиподом пасивного сприйняття інформації, коли людина бездумно приймає на віру те, що їй повідомляють, і не ставить під сумнів отримані відомості [17].

Історичне коріння критичного мислення сягає філософії Стародавньої Греції, зокрема, сократівського методу, який передбачав системне запитування та діалектичний аналіз для виявлення протиріч у міркуваннях. Пізніше ідеї критичного осмислення дійсності розвивалися у працях філософів Нового часу, представників Просвітництва, у філософії прагматизму та конструктивізму. У XX столітті критичне мислення стало предметом спеціальних досліджень у філософії, психології, педагогіці, а з розвитком інформаційного суспільства набуло особливої актуальності в контексті медіаосвіти.

У структурі критичного мислення можна виділити кілька взаємопов'язаних компонентів. Когнітивний компонент включає знання про закономірності мислення, логічні операції, типи аргументації, критерії оцінки інформації, типові помилки мислення. Операційний компонент охоплює навички аналізу, синтезу, оцінки, інтерпретації інформації, виявлення логічних зв'язків, побудови аргументації. Метакогнітивний компонент передбачає усвідомлення власних мисленнєвих процесів, здатність до

саморегуляції мислення, планування стратегій розв'язання проблем, моніторинг та оцінку ефективності власних когнітивних дій. Диспозиційний компонент включає особистісну готовність до критичного мислення: інтелектуальну чесність, скептицизм, допитливість, відкритість до нового, готовність змінювати власну позицію під впливом нових аргументів.

Якщо розглядати взаємозв'язок критичного мислення та медіакомпетентності, можна виділити декілька ключових аспектів. Перш за все, критичне мислення забезпечує здатність аналізувати медіаповідомлення з точки зору їхньої структури, змісту, мети, цільової аудиторії, контексту створення та поширення. Людина з розвиненим критичним мисленням здатна декодувати явні та приховані смисли медіатекстів, розпізнавати упередженість та суб'єктивність, виявляти невідповідності, протиріччя, логічні помилки.

Критичне мислення також є основою для розпізнавання маніпулятивних технологій у медіа. Ці технології можуть бути надзвичайно різноманітними: від прямої дезінформації та фейків до тонких маніпуляцій через підбір фактів, емоційно забарвлену лексику, візуальні образи, музичний супровід тощо. Критично мисляча людина здатна виявляти такі маніпуляції, аналізуючи не лише зміст повідомлення, але й способи його подачі, контекст, джерела, а також власні емоційні реакції на отриману інформацію [14].

Не менш важливою є роль критичного мислення у формуванні здатності до оцінки достовірності джерел інформації. У сучасному медіапросторі, де кожен може стати автором контенту, вміння відрізнити надійні джерела від сумнівних, експертну думку від дилетантських міркувань, факти від інтерпретацій стає необхідною умовою медіакомпетентності. Критичне мислення передбачає перевірку джерел інформації, аналіз їхньої репутації, мотивації, методології, порівняння з альтернативними джерелами.

Критичне мислення також забезпечує розуміння соціокультурного контексту медіапродукції. Медіаповідомлення не існують у вакуумі – вони створюються в певних історичних, політичних, економічних, культурних умовах, відображають певні ідеології, цінності, стереотипи. Критично мисляча

людина здатна аналізувати цей контекст, розуміти, як він впливає на зміст та форму медіаповідомлень, яким чином медіа конструюють соціальну реальність.

Важливим аспектом взаємозв'язку критичного мислення та медіакомпетентності є також здатність до осмисленого створення власного медіаконтенту. Людина з розвиненим критичним мисленням не лише споживає медіа, але й сама стає автором медіаповідомлень, усвідомлюючи свою відповідальність, дотримуючись етичних норм, враховуючи можливий вплив створеного нею контенту на аудиторію.

Розглянемо детальніше, як критичне мислення проявляється у взаємодії з різними аспектами медіасередовища. У сфері новинних медіа критичне мислення дозволяє розрізняти факти та їхню інтерпретацію, виявляти тенденційність у висвітленні подій, розпізнавати політичну заангажованість джерел, аналізувати повноту та збалансованість висвітлення теми. Критично мисляча людина не обмежується одним джерелом інформації, а порівнює повідомлення різних медіа, шукає первинні джерела, аналізує контекст подій.

У взаємодії з рекламою критичне мислення проявляється у здатності розпізнавати переконувальні техніки, аналізувати емоційний вплив, відрізняти факти від обіцянок та перебільшень, розуміти економічні механізми рекламної індустрії. Людина з розвиненим критичним мисленням не піддається імпульсивним рішенням під впливом реклами, а аналізує свої справжні потреби, порівнює альтернативи, шукає об'єктивну інформацію про товари та послуги.

У контексті соціальних медіа критичне мислення дозволяє усвідомлювати механізми формування «інформаційних бульбашок», розуміти принципи роботи алгоритмів, які персоналізують контент, розпізнавати бот-мережі та координовані кампанії з поширення дезінформації, критично оцінювати вірусний контент, який апелює до емоцій. Критично мисляча людина здатна виходити за межі власної «інформаційної бульбашки», шукати

альтернативні точки зору, усвідомлювати, як її цифровий слід впливає на формування персоналізованої стрічки новин.

У сфері розважальних медіа критичне мислення проявляється у здатності аналізувати імпліцитні соціальні, політичні, культурні повідомлення, які містяться у фільмах, телешоу, відеоіграх, музиці. Людина з розвиненим критичним мисленням здатна розпізнавати стереотипи, упередження, ідеологічні наративи в розважальному контенті, аналізувати, як розважальні медіа впливають на формування цінностей, установок, поведінкових моделей.

Критичне мислення є особливо важливим у контексті інформаційних війн та гібридних загроз, коли дезінформація, пропаганда, маніпуляції стають інструментами геополітичного впливу. У таких умовах здатність критично аналізувати інформацію стає не лише елементом особистісної компетентності, але й фактором національної безпеки. Критично мисляча людина здатна розпізнавати наративи пропаганди, виявляти інформаційні операції, протистояти маніпулятивним впливам [10].

Для розвитку критичного мислення як основи медіакомпетентності використовуються різноманітні методики та підходи. Один з найбільш ефективних – аналіз конкретних медіаповідомлень через систему запитань: хто створив це повідомлення? З якою метою? Кому воно адресоване? Які техніки використані для привернення уваги? Які цінності, погляди, стереотипи відображені в цьому повідомленні? Як різні люди можуть інтерпретувати це повідомлення? Що пропущено або замовчується?

Інший підхід – це порівняльний аналіз висвітлення однієї події різними медіа, що дозволяє виявити відмінності в інтерпретаціях, акцентах, оцінках, використаних джерелах. Така робота розвиває здатність розпізнавати упередженість, тенденційність, політичну заангажованість, а також формує розуміння того, що будь-яке медіаповідомлення є конструктором, а не об'єктивним відображенням реальності.

Ефективним інструментом розвитку критичного мислення є також фактчекінг – перевірка фактів, наведених у медіаповідомленнях, через пошук першоджерел, аналіз статистичних даних, експертні оцінки. Цей метод формує навички роботи з різними джерелами інформації, аналізу даних, виявлення невідповідностей та маніпуляцій з фактами.

Розвитку критичного мислення сприяє і створення власних медіатекстів – від простих повідомлень у соціальних мережах до блогів, відеороликів, подкастів. У процесі створення медіаконтенту людина глибше усвідомлює механізми конструювання медіаповідомлень, вчиться формулювати та аргументувати власну позицію, враховувати особливості сприйняття аудиторії.

Важливим аспектом формування критичного мислення є розвиток метакогнітивних навичок – здатності аналізувати власні мисленнєві процеси, усвідомлювати свої когнітивні упередження, рефлексувати щодо джерел своїх переконань. Метакогнітивні навички дозволяють людині розпізнавати, коли на її судження впливають емоції, стереотипи, групове мислення, і свідомо коригувати ці впливи.

У контексті медіакомпетентності особливого значення набуває також емоційний аспект критичного мислення – здатність усвідомлювати власні емоційні реакції на медіаповідомлення, розпізнавати емоційні тригери, які використовуються для маніпуляцій, знаходити баланс між емоційним та раціональним сприйняттям інформації. Медіа активно апелюють до емоцій, і без усвідомлення цього механізму неможливе формування справжньої критичності.

Важливим елементом критичного мислення в медіасередовищі є також розуміння економічних аспектів функціонування медіа – бізнес-моделей, джерел фінансування, взаємозв'язків з рекламодавцями, власниками, політичними силами. Ці фактори суттєво впливають на зміст та форму медіаповідомлень, і без їхнього урахування неможлива повноцінна критична оцінка медіаконтенту.

Не менш значущим є технологічний аспект критичного мислення – розуміння принципів функціонування цифрових платформ, алгоритмів персоналізації контенту, механізмів поширення інформації в мережі, технологій створення та редагування контенту. В епоху цифрових медіа технологічна грамотність стає необхідною умовою критичного сприйняття медіаповідомлень.

Формування критичного мислення як основи медіакомпетентності починається з раннього віку, коли дитина вперше стикається з медіаконтентом, і продовжується впродовж усього життя, оскільки медіасередовище постійно змінюється, з'являються нові формати, платформи, технології, виклики. У цьому процесі важливу роль відіграють як формальна освіта – від дошкільної до вищої, так і неформальна: самоосвіта, курси, тренінги, просвітницькі проекти [16].

Особливої уваги заслуговує роль критичного мислення у протидії негативним інформаційно-психологічним впливам, які можуть становити загрозу для психологічного благополуччя особистості та суспільства в цілому. Інформаційне перевантаження, «інфодемія», поширення фейків, маніпуляції, пропаганда, кібербулінг, деструктивний контент – усе це фактори ризику, протистояти яким можна лише за умови розвиненого критичного мислення.

У цьому контексті важливим є розуміння когнітивних упереджень, які впливають на сприйняття та осмислення інформації: підтверджувальне упередження (*tendancy to seek information that confirms existing beliefs*), ефект знайомості (схильність вірити інформації, яка часто повторюється), ілюзія правдивості (*tendency to believe information is correct after repeated exposure*), ефект авторитету (схильність довіряти інформації від авторитетних джерел), ефект первинності (інформація, отримана першою, сприймається як більш достовірною), групове мислення та багато інших. Розуміння цих механізмів дозволяє людині більш усвідомлено підходити до аналізу інформації та власних реакцій на неї.

Критичне мислення також є основою для етичної взаємодії з медіасередовищем – усвідомленого та відповідального споживання та створення контенту, дотримання норм цифрової етики, поваги до авторських прав, приватності, гідності інших користувачів медіапростору. Етичний вимір медіакомпетентності безпосередньо пов'язаний зі здатністю критично оцінювати не лише зміст інформації, але й наслідки власних дій у медіапросторі [18].

Важливо підкреслити, що критичне мислення не означає тотальної недовіри до медіа або постійного пошуку маніпуляцій та прихованих смислів. Воно передбачає збалансований, зважений підхід до аналізу інформації, готовність як довіряти достовірним джерелам, так і ставити під сумнів сумнівні твердження, здатність визнавати обмеженість власного знання та розуміння.

Також критичне мислення не є універсальним захистом від усіх інформаційних загроз. Навіть люди з високим рівнем критичного мислення можуть піддаватися маніпуляціям через втому, стрес, емоційне залучення, брак часу для перевірки інформації. Тому важливим є не лише розвиток індивідуальних навичок критичного мислення, але й формування критичного медіасередовища – екосистеми, яка включає якісну журналістику, фактчекінгові організації, медіаосвітні програми, нормативні регуляції, спрямовані на протидію дезінформації.

Підсумовуючи, можна сказати, що критичне мислення є фундаментальною основою медіакомпетентності, яка забезпечує здатність людини до свідомої, активної, відповідальної взаємодії з медіапростором. У світі, де інформація стає ключовим ресурсом, а медіа – основним каналом її поширення, критичне мислення перетворюється з абстрактної інтелектуальної навички на необхідну умову психологічного благополуччя, соціальної адаптації, професійної успішності, громадянської участі.

Воно є не просто елементом освіти, а частиною життєвої філософії, яка передбачає відкритість до нового знання, готовність переглядати власні

переконання, пошук істини через діалог, повагу до фактів та аргументів, інтелектуальну чесність та скромність. Саме ці якості дозволяють людині не просто споживати медіаконтент, а взаємодіяти з ним на рівні суб'єкта, який усвідомлює свою роль у складній екосистемі виробництва, поширення та споживання інформації.

Отже, розвиток критичного мислення має бути пріоритетним завданням як формальної, так і неформальної освіти, а також самоосвіти кожної людини, яка прагне бути компетентним учасником сучасного медіасередовища. Це довготривалий і складний процес, який вимагає системного підходу, постійної практики, рефлексії, готовності до самовдосконалення. Однак результат цього процесу – здатність до самостійного, осмисленого, відповідального функціонування в інформаційному суспільстві – варт докладених зусиль.

Висновки до розділу 1

У першому розділі розглянуто сутність поняття медіакомпетентності, її структуру та ключові компоненти. Проаналізовано роль цифрових медіа як середовища, що активно впливає на формування медіаграмотності користувачів. Особлива увага приділена критичному мисленню як базовій складовій медіакомпетентності, що дозволяє аналізувати, оцінювати та інтерпретувати інформаційні потоки. Теоретичний аналіз довів, що медіакомпетентність є необхідною навичкою сучасної людини в умовах інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 2 ФАКТЧЕКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ

2.1. Сутність фактчекинг: етапи, види та принципи

У сучасному інформаційному суспільстві, де потоки даних постійно збільшуються, а швидкість поширення новин зростає експоненційно, особливої актуальності набуває проблема достовірності інформації. Інформаційний простір переповнений неперевіреними фактами, напівprawдою, відвертою дезінформацією та пропагандою, що створює потужні виклики для суспільства. У таких умовах фактчекинг стає не просто професійним інструментом журналістики, а й необхідною громадянською компетенцією та суспільною потребою. Фактчекинг – це процес ретельної перевірки фактичних тверджень у тексті з метою визначення їхньої точності, повноти та достовірності. Виникнувши як журналістська практика, сьогодні фактчекинг перетворився на цілий напрям діяльності, що має власну методологію, інструментарій, інституційне оформлення та етичні стандарти [16].

Історія фактчекинг як систематичного напрямку діяльності сягає середини ХХ століття, коли в американській журналістиці з'явилися перші спеціалізовані відділи перевірки фактів. У 1930-х роках журнал Time запровадив окремий відділ, який займався виключно перевіркою фактів, наведених у статтях. Пізніше таку практику підхопили інші видання, зокрема The New Yorker та інші поважні медіа. Втім, справжній розквіт фактчекинг відбувся на початку ХХІ століття, з розвитком інтернету, соціальних мереж та новинних порталів. Величезні обсяги інформації, швидкість її поширення, демократизація медіапростору, коли кожен користувач може стати автором контенту, створили безпрецедентні виклики щодо верифікації даних. У відповідь на ці виклики з'явилися численні фактчекінгові організації,

спеціалізовані платформи, інструменти та технології для перевірки фактів. Такі проєкти як PolitiFact, Factcheck.org, Snopes, StopFake та інші стали важливими елементами медіаекосистеми, що борються з дезінформацією.

Фактчекинг можна розглядати у кількох вимірах: як професійну практику, як методологію дослідження, як суспільний рух і як освітню діяльність. Як професійна практика фактчекинг став невід'ємною частиною якісної журналістики, видавничої справи, політичної аналітики. Як методологія дослідження він передбачає комплекс процедур, спрямованих на верифікацію інформації з використанням різноманітних джерел та аналітичних інструментів. Як суспільний рух фактчекинг об'єднує активістів, журналістів, науковців, освітян, які працюють над підвищенням достовірності інформаційного простору. Нарешті, як освітня діяльність він спрямований на формування у громадян навичок критичного мислення, медіаграмотності, здатності самостійно оцінювати достовірність інформації [13].

Процес фактчекингу передбачає кілька послідовних етапів, кожен з яких має свою специфіку, вимагає певних компетенцій та інструментів. Ці етапи можуть варіюватися залежно від контексту, типу інформації, що перевіряється, наявних ресурсів та часових обмежень, однак загальна логіка процесу залишається незмінною [11].

Перший етап – це ідентифікація тверджень, які потребують перевірки. Не кожне твердження в тексті чи промові є фактичним – деякі є оціночними судженнями, думками, прогнозами, риторичними фігурами. Фактчекер повинен відокремити фактичні твердження, які можна перевірити, від інших типів висловлювань. Фактичне твердження зазвичай містить конкретні дані, цифри, посилання на події, документи, особи, їхні дії чи висловлювання. Наприклад, твердження «рівень безробіття в країні досяг 12%» є фактичним і може бути перевірене, тоді як «ситуація з безробіттям у країні жахлива» є оціночним судженням. На цьому етапі важливо також визначити пріоритетність перевірки різних тверджень, зосереджуючись на найбільш значущих, резонансних або потенційно небезпечних. Процес ідентифікації

вимагає уважного читання або прослуховування, здатності розрізняти різні типи тверджень, розуміння контексту комунікації.

Другий етап – це з'ясування точного змісту твердження. Фактчекер повинен переконатися, що правильно розуміє, що саме стверджується, у якому контексті, з якими уточненнями. Часто твердження можуть бути неоднозначними, допускати різні інтерпретації, і важливо визначити, яку саме версію слід перевіряти. Для цього необхідно аналізувати як сам текст твердження, так і контекст, у якому воно з'являється, враховувати попередні та наступні висловлювання, загальну тему дискусії. Іноді може знадобитися звернення до автора твердження за уточненнями або до експертів за роз'ясненням термінології, контексту, передісторії питання. Точне розуміння змісту твердження є ключовим для коректної перевірки – адже перевірка неправильно інтерпретованого твердження може призвести до помилкових висновків.

Третій етап – це пошук та аналіз джерел інформації. Фактчекер повинен зібрати максимально вичерпну інформацію з різних джерел, яка дозволить підтвердити або спростувати досліджуване твердження. Це можуть бути офіційні документи, статистичні дані, наукові дослідження, свідчення очевидців, висловлювання експертів, архівні матеріали, фото- та відеодокументи, публікації в ЗМІ тощо. На цьому етапі надзвичайно важливою є оцінка надійності джерел – їхньої авторитетності, незалежності, методологічної строгості, повноти. Перевага надається первинним джерелам (оригінальним документам, безпосереднім свідченням) над вторинними (переказами, інтерпретаціями). Також важливо зібрати інформацію з різних джерел, які представляють різні перспективи та підходи, щоб уникнути упередженості. Сучасні фактчекери мають доступ до різноманітних інструментів пошуку та верифікації інформації – від спеціалізованих баз даних до програм для аналізу цифрових зображень та відео.

Четвертий етап – це безпосередній аналіз зібраної інформації та її співставлення з досліджуваним твердженням. Фактчекер повинен критично

оцінити всі зібрані дані, порівняти інформацію з різних джерел, виявити розбіжності та суперечності, визначити найбільш достовірну версію. На цьому етапі може знадобитися консультація експертів з відповідної галузі для коректної інтерпретації спеціалізованої інформації, оцінки методології досліджень, розуміння контексту даних. Важливим аспектом аналізу є також виявлення можливих логічних помилок, маніпуляцій з даними, вибіркового використання фактів у досліджуваному твердженні. Фактчекер повинен враховувати часові рамки та географічний контекст твердження, відокремлювати факти від їхньої інтерпретації, враховувати можливі зміни ситуації з часом.

П'ятий етап – це формулювання висновку щодо достовірності твердження. На основі проведеного аналізу фактчекер повинен визначити ступінь відповідності твердження дійсності. Більшість фактчекінгових організацій використовують градуйовані шкали оцінки, а не просто бінарні категорії «правда» чи «неправда». Наприклад, шкала може включати такі оцінки як «правда», «скоріше правда», «напівправда», «скоріше неправда», «неправда», «маніпуляція» тощо. Деякі організації використовують візуальні маркери (кольори, символи) для позначення різних рівнів достовірності. Важливо, щоб висновок був аргументованим, спирався на конкретні факти та логічний аналіз, а не на суб'єктивну думку фактчекера. Висновок повинен бути максимально точним, враховувати нюанси та контекст твердження, уникати перебільшень та узагальнень [15].

Шостий етап – це підготовка та публікація матеріалу фактчекінгу. Результати перевірки повинні бути представлені у зрозумілій та доступній формі, з наведенням усіх ключових аргументів, джерел, методології аналізу. Матеріал повинен дозволяти читачеві самостійно оцінити обґрунтованість висновків фактчекера, прослідкувати логіку аналізу. Важливими елементами публікації є прозорість щодо використаних джерел та методів, чітке відокремлення фактів від їхньої інтерпретації, виваженість формулювань. У деяких випадках матеріал може включати додаткові контекстуальні відомості,

історичну довідку, експертні коментарі, які допомагають повніше зрозуміти проблематику.

Розглянувши етапи фактчекінгу, варто звернути увагу на різні види цієї діяльності, які відрізняються за об'єктами перевірки, методологією, контекстом та цілями.

Політичний фактчекінг зосереджується на перевірці тверджень політиків, політичних партій, державних інституцій. Це один з найбільш поширених видів фактчекінгу, який спрямований на підвищення відповідальності політичних діячів за свої слова, забезпечення більшої прозорості політичного процесу, інформування виборців. Політичний фактчекінг часто активізується під час передвиборчих кампаній, парламентських дебатів, важливих політичних подій. Він може охоплювати широкий спектр тем – від економічних показників до питань зовнішньої політики, від історичних фактів до прогнозів щодо майбутнього. Специфікою політичного фактчекінгу є необхідність враховувати політичний контекст тверджень, розуміти тонкощі політичних процесів, бути особливо уважним до можливої упередженості [16].

Науковий фактчекінг спрямований на перевірку тверджень, які стосуються наукових фактів, досліджень, відкриттів. Він є особливо важливим у контексті поширення псевдонаукових теорій, перекручування наукових даних, спрощення складних наукових концепцій у публічному дискурсі. Науковий фактчекінг часто потребує залучення експертів з відповідних галузей, глибокого розуміння методології наукових досліджень, вміння інтерпретувати статистичні дані. Він охоплює різноманітні сфери – від медицини та біології до фізики та астрономії, від кліматології до соціології. Особливою категорією наукового фактчекінгу є перевірка медичних тверджень, яка має безпосередній вплив на здоров'я та безпеку людей.

Медіа-фактчекінг зосереджується на перевірці інформації, яка поширюється засобами масової інформації. Він може включати як перевірку фактів у журналістських матеріалах перед їхньою публікацією (внутрішній

фактчекінг), так і критичний аналіз уже опублікованих матеріалів (зовнішній фактчекінг). Медіа-фактчекінг спрямований на підвищення стандартів журналістики, боротьбу з фейковими новинами, відновлення довіри до медіа. Він охоплює різні типи медіа – від традиційних (преса, телебачення, радіо) до цифрових (новинні сайти, соціальні мережі, блоги) [9].

Історичний фактчекінг передбачає перевірку тверджень про історичні події, постаті, документи. Він є важливим інструментом протидії історичним маніпуляціям, перекручуванню фактів, використанню історії в пропагандистських цілях. Історичний фактчекінг вимагає глибокого знання відповідного періоду, розуміння історичного контексту, вміння працювати з архівними документами, мемуарами, історіографією. Він може охоплювати різні періоди – від стародавньої історії до сучасності, різні географічні регіони, різні аспекти історичного процесу – політичні, економічні, культурні [8].

Візуальний фактчекінг спрямований на перевірку достовірності фото- та відеоматеріалів. У сучасному світі, де цифрові технології дозволяють легко редагувати та створювати фальшиві візуальні матеріали, цей вид фактчекінгу набуває особливого значення. Візуальний фактчекінг включає перевірку автентичності зображень, виявлення монтажу та редагування, встановлення реального часу та місця створення матеріалів, ідентифікацію осіб та об'єктів на зображеннях. Він використовує різноманітні технологічні інструменти – від зворотного пошуку зображень до аналізу метаданих файлів, відрозпізнавання облич до геолокації [5].

Фактчекінг соціальних мереж фокусується на перевірці інформації, яка поширюється через платформи соціальних медіа – Facebook, Twitter, Instagram, TikTok тощо. Специфікою цього виду фактчекінгу є необхідність працювати з величезними обсягами інформації, яка поширюється швидко та хаотично, часто без чіткого авторства та джерел. Фактчекінг соціальних мереж потребує використання автоматизованих інструментів моніторингу та аналізу, розуміння механізмів вірусного поширення контенту, здатності оперативно реагувати на інформаційні хвилі.

Для ефективного здійснення фактчекінгу, незалежно від його конкретного виду, необхідно дотримуватися певних базових принципів, які забезпечують якість, достовірність та етичність цього процесу.

Принцип неупередженості вимагає від фактчекера об'єктивного підходу до аналізу інформації, відсутності політичних, ідеологічних, особистих упереджень, які могли б вплинути на висновки. Фактчекер повинен бути готовий змінити свої попередні уявлення під впливом нових фактів, уникати вибіркового підходу до джерел та аргументів, бути однаково критичним до тверджень, які відповідають або суперечать його власним поглядам. Цей принцип вимагає постійної рефлексії щодо власних переконань та можливих упереджень, свідомого прагнення до максимальної об'єктивності [6].

Принцип прозорості передбачає відкритість щодо всіх аспектів фактчекінгового процесу – використаних джерел, методології аналізу, критеріїв оцінки, можливих обмежень дослідження. Фактчекер повинен чітко повідомляти, на яких джерелах базуються його висновки, які методи були використані для аналізу, які експерти були залучені. Читач повинен мати можливість самостійно перевірити обґрунтованість висновків, прослідкувати логіку аналізу. Цей принцип також передбачає готовність визнавати та виправляти власні помилки, якщо вони виявляються.

Принцип достовірності вимагає від фактчекера ретельної перевірки всіх джерел інформації, критичного підходу до даних, пошуку підтвердження з кількох незалежних джерел. Особлива увага приділяється первинним джерелам, автентичним документам, безпосереднім свідченням. Фактчекер повинен бути скептичним щодо непідтверджених тверджень, анонімних джерел, інформації, яка суперечить встановленим фактам. Цей принцип також передбачає точність у відтворенні фактів, уникнення перебільшень, спрощень, неоднозначних формулювань.

Принцип збалансованості вимагає від фактчекера представлення різних точок зору, врахування різних перспектив, надання можливості висловитися всім сторонам дискусії. Це особливо важливо у випадках, коли факти є

неоднозначними або допускають різні інтерпретації. Фактчекер повинен уникати однобічного висвітлення питання, звертатися до експертів з різними поглядами, представляти аргументи як на підтвердження, так і на спростування досліджуваного твердження. Цей принцип також передбачає коректне представлення позиції автора твердження, яке перевіряється, без спотворення або карикатуризації.

Принцип відповідальності підкреслює суспільну значущість фактчекінгу та його вплив на інформаційне середовище. Фактчекер повинен усвідомлювати, що його висновки можуть вплинути на громадську думку, репутацію людей, політичні та економічні процеси. Тому необхідно бути особливо обережним у формулюваннях, уникати сенсаційності, надмірного узагальнення, враховувати можливі наслідки публікації. Цей принцип також передбачає відповідальність за вибір тем для фактчекінгу – пріоритет повинен надаватися питанням, які мають найбільше суспільне значення, потенційно небезпечним твердженням, інформації, яка може вплинути на важливі рішення.

Принцип незалежності вимагає від фактчекера та фактчекінгових організацій свободи від зовнішніх впливів – політичних, економічних, ідеологічних. Фактчекер повинен мати можливість робити висновки, базуючись виключно на фактах та аналізі, без тиску з боку власників, рекламодавців, політичних сил, державних органів. Цей принцип також передбачає прозорість щодо джерел фінансування, організаційної структури, потенційних конфліктів інтересів.

Принцип швидкості реагування визнає важливість своєчасної перевірки інформації, особливо в контексті швидкого поширення фейків у цифровому середовищі. Фактчекер повинен прагнути до оперативної реакції на резонансні твердження, щоб запобігти закріпленню недостовірної інформації у суспільній свідомості. Водночас швидкість не повинна досягатися за рахунок якості та ретельності перевірки. Фактчекер повинен знаходити баланс між

оперативністю та ґрунтовністю, іноді вдаючись до поетапної публікації результатів перевірки.

Принцип постійного навчання підкреслює необхідність для фактчекера постійно оновлювати свої знання та навички, слідкувати за розвитком інформаційних технологій, методів маніпуляції, інструментів верифікації. Фактчекінг – це динамічна галузь, яка постійно стикається з новими викликами: від технології *deepfake* до використання штучного інтелекту для створення фейкового контенту. Фактчекер повинен бути готовим адаптуватися до цих змін, освоювати нові інструменти, співпрацювати з експертами з різних галузей [3].

Принцип доступності вимагає від фактчекера представлення результатів перевірки у зрозумілій та доступній формі для широкої аудиторії. Фактчекінговий матеріал повинен бути написаний ясною мовою, без надмірного використання спеціальної термінології, з чіткою структурою та логікою. Особливо важливо доступно пояснювати складні наукові, технічні, економічні питання, уникаючи як надмірного спрощення, так і зайвого ускладнення. Цей принцип також передбачає використання різних форматів представлення інформації – текстів, інфографіки, відео, інтерактивних елементів, які враховують різні способи сприйняття інформації та рівні підготовки аудиторії.

Фактчекінг як практика критичного аналізу інформації має не лише інструментальне, але й глибоке суспільне значення. У світі пост-правди, інформаційних війн, гібридних загроз він стає одним з ключових механізмів захисту інформаційного простору та демократичних цінностей. Фактчекінг сприяє підвищенню відповідальності публічних осіб, медіа, інституцій за свої слова та дії, формує культуру доказовості та критичного мислення, протидіє поляризації суспільства на основі дезінформації та пропаганди [2].

Водночас фактчекінг стикається з низкою викликів, які ускладнюють його ефективність. Серед них – величезний обсяг інформації, який неможливо повністю охопити традиційними методами; швидкість поширення фейків, яка

часто перевищує швидкість їхнього спростування; технологічні можливості для створення все більш переконливих підрбок; психологічні механізми, які ускладнюють сприйняття спростувань (підтверджувальне упередження, ефект первинності, когнітивний дисонанс); політизація та поляризація інформаційного простору, коли факти сприймаються через призму ідеологічних переконань.

Розвиток фактчекінгу як наряду діяльності передбачає як вдосконалення методології та інструментарію, так і розширення його суспільного впливу. Важливими напрямками є автоматизація процесів перевірки з використанням штучного інтелекту та машинного навчання; розвиток міжнародного співробітництва фактчекінгових організацій; інтеграція фактчекінгу в алгоритми соціальних мереж та пошукових систем; включення навичок фактчекінгу до програм медіаосвіти на всіх рівнях; формування культури критичного мислення та інформаційної гігієни у суспільстві [1].

Отже, фактчекінг – це багатогранний феномен, який поєднує в собі методологію критичного аналізу інформації, професійну практику, суспільний рух та освітню діяльність. Його значення в сучасному інформаційному суспільстві неможливо переоцінити – від якості та достовірності інформації, якою оперують громадяни, залежить якість прийнятих рішень, стабільність демократичних інститутів, соціальна згуртованість та національна безпека. Фактчекінг як практика перевірки фактичних тверджень має власні етапи, види, принципи, що формують його методологічну та етичну основу. Незважаючи на численні виклики, з якими стикається фактчекінг, його розвиток та поширення є необхідною умовою для формування здорового інформаційного середовища та відповідальної громадянської позиції в епоху інформаційного перевантаження.

2.2 Інструменти фактчекингу в цифровому просторі

У сучасному світі, де інформація поширюється з блискавичною швидкістю через соціальні мережі, месенджери та інші цифрові канали, постійно зростає потреба у надійних механізмах перевірки фактів. Фейкові новини, маніпуляції та дезінформація стали невід’ємною частиною інформаційного ландшафту, створюючи серйозні виклики для суспільства, журналістики та демократичних інституцій. Саме тому розвиток та впровадження ефективних інструментів фактчекингу є критично важливим завданням для збереження інформаційної гігієни та сприяння формуванню критичного мислення [4].

Фактчекинг – це процес перевірки достовірності інформації для визначення точності та правдивості тверджень. Він охоплює різноманітні методики та підходи, спрямовані на виявлення неправдивих чи маніпулятивних повідомлень. В цифровому просторі фактчекинг набуває особливого значення через надзвичайно високу швидкість поширення інформації та складність відстеження першоджерел [7].

Сучасний інструментарій фактчекингу характеризується різноманітністю та багатофункціональністю. Він включає як спеціалізовані технологічні рішення, так і методологічні підходи, спрямовані на систематичну перевірку інформації. Розглянемо детальніше ключові інструменти та методи, які використовуються для верифікації контенту в цифровому середовищі.

Одним із найпоширеніших підходів є використання спеціалізованих платформ фактчекингу, які створюються професійними організаціями та ЗМІ. Такі ресурси, як Snopes, FactCheck.org, PolitiFact, StopFake, займаються системною перевіркою поширених тверджень, публічних виступів, новинних повідомлень та вірусного контенту. Їхні методики ґрунтуються на ретельному дослідженні першоджерел, консультаціях з експертами відповідних галузей, порівняльному аналізі даних та критичному осмисленні контексту. Важливою

особливістю цих платформ є прозорість методології, яка дозволяє користувачам розуміти логіку перевірки та оцінювати надійність висновків.

Технологічні інструменти відіграють все більшу роль у процесах фактчекингу. Зокрема, системи автоматизованої перевірки інформації, побудовані на основі штучного інтелекту та машинного навчання, здатні швидко аналізувати великі обсяги даних, виявляти закономірності та невідповідності. Такі рішення, як ClaimBuster, Full Fact, Ноаху, допомагають фільтрувати потенційно неправдиві твердження та визначати пріоритети для подальшої перевірки людьми-експертами. Однак важливо розуміти, що автоматизовані системи мають свої обмеження і не можуть повністю замінити людський аналіз, особливо коли йдеться про складні суспільно-політичні питання [10].

Інструменти верифікації візуального контенту становлять окрему важливу категорію в арсеналі фактчекера. З розвитком технологій фотографії та відео все частіше стають об'єктами маніпуляцій та фальсифікацій. Для виявлення маніпуляцій з візуальними матеріалами використовуються спеціалізовані сервіси, такі як Google Reverse Image Search, TinEye, InVID, які дозволяють знаходити оригінальні версії зображень, визначати час та місце створення фото чи відео, аналізувати метадані файлів та виявляти сліди редагування.

Великого значення набувають також освітні ресурси та методичні матеріали з фактчекингу. Різноманітні посібники, онлайн-курси, тренінги та воркшопи сприяють поширенню навичок критичного оцінювання інформації серед широкої аудиторії. Такі ініціативи, як First Draft News, News Literacy Project, International Fact-Checking Network, розробляють освітні програми, спрямовані на підвищення медіаграмотності та формування культури фактчекингу.

Важливим елементом екосистеми фактчекингу є плагіни та розширення для браузерів і соціальних мереж. Такі інструменти, як NewsGuard, Web of Trust, B.S. Detector, інтегруються в інтерфейс користувача та надають миттєву

оцінку надійності джерел інформації безпосередньо під час перегляду контенту. Це дозволяє користувачам приймати більш усвідомлені рішення щодо довіри до матеріалів, які вони споживають.

Колаборативні платформи та краудсорсингові проекти становлять ще один напрямок розвитку інструментів фактчекингу. Такі ініціативи дозволяють залучати широкі спільноти до процесу верифікації інформації, що особливо важливо під час надзвичайних подій, коли обсяг потенційно неправдивих повідомлень різко зростає. Однак ефективність такого підходу значною мірою залежить від наявності чітких критеріїв оцінки та механізмів контролю якості [18].

Спеціалізовані бази даних становлять потужний ресурс для фактчекерів. Вони містять архіви перевірених тверджень, результати попередніх розслідувань, списки ненадійних джерел та інші корисні відомості, які допомагають прискорити процес перевірки нових повідомлень. Доступ до таких баз даних дозволяє виявляти повторювані наративи та типові маніпулятивні прийоми, що є особливо цінним при протидії скоординованим дезінформаційним кампаніям.

Аналітичні інструменти для дослідження соціальних мереж дозволяють відстежувати поширення інформації, виявляти мережі ботів та тролів, визначати джерела та канали розповсюдження дезінформації. Такі рішення, як CrowdTangle, Botometer, BrandWatch, надають можливості для глибокого аналізу інформаційних потоків та ідентифікації аномалій, які можуть свідчити про штучне просування певних наративів.

Варто зазначити, що ефективний фактчекинг вимагає комплексного застосування різних інструментів та підходів. Жоден окремий метод не може забезпечити повної захищеності від дезінформації. Тільки поєднання технологічних рішень, методологічної бази, професійних стандартів та освітніх ініціатив створює надійний фундамент для протидії інформаційним маніпуляціям.

Особливої уваги заслуговує питання інтеграції інструментів фактчекингу в повсякденні практики користувачів інтернету та соціальних мереж. Навіть найдосконаліші технології будуть малоефективними, якщо вони не стануть частиною звичних інформаційних рутин широкої аудиторії.

Тому стратегічно важливим завданням є розробка зручних, інтуїтивно зрозумілих інтерфейсів та популяризація культури перевірки інформації.

Перспективним напрямком розвитку інструментів фактчекингу є поглиблення міжнародної співпраці та обміну даними між різними організаціями та платформами. Дезінформація часто має транскордонний характер, тому ефективна протидія їй вимагає координованих зусиль на глобальному рівні. Створення єдиних стандартів, протоколів обміну інформацією, спільних баз даних сприятиме підвищенню ефективності фактчекингу в глобальному інформаційному просторі.

Технологічні інновації, зокрема розвиток штучного інтелекту та блокчейн-технологій, відкривають нові можливості для вдосконалення інструментів фактчекингу. Системи машинного навчання дозволяють автоматизувати рутинні операції та підвищити швидкість обробки інформації, а блокчейн забезпечує можливості для створення захищених від підробки архівів перевірених фактів та підтвердження автентичності контенту.

У контексті постійного вдосконалення технологій створення фейків, зокрема розвитку deepfake та інших методів синтезу контенту, особливого значення набуває гонка інструментів фактчекингу та інструментів маніпуляції. Успіх у цій гонці значною мірою залежить від інвестицій у дослідження та розробку інноваційних підходів до верифікації інформації, а також від формування відповідних законодавчих та регуляторних рамок.

Окремий вектор розвитку пов'язаний із персоналізацією інструментів фактчекингу, їхньою адаптацією до індивідуальних потреб та особливостей різних категорій користувачів. Важливо враховувати різний рівень медіаграмотності, технічної підготовки, когнітивні особливості та культурний контекст аудиторії при розробці та впровадженні відповідних рішень.

Підсумовуючи, можна констатувати, що сучасний інструментарій фактчекингу в цифровому просторі є динамічною, багатокомпонентною системою, яка постійно еволюціонує у відповідь на нові виклики інформаційного середовища. Ефективне використання наявних інструментів та розробка інноваційних підходів є необхідною умовою збереження інформаційного суверенітету та формування стійкості суспільства до дезінформації.

Важливо розуміти, що фактчекинг – це не лише технологічне, але й соціальне явище, яке вимагає широкої підтримки на різних рівнях: від індивідуальних користувачів до державних інституцій та міжнародних організацій. Тільки через системні зусилля та колективну відповідальність можна забезпечити ефективну протидію дезінформації та створити умови для формування здорового інформаційного простору.

2.3 Роль фактчекингу у виявленні фейків та дезінформації

У сучасних умовах гібридних конфліктів інформаційна безпека набуває першочергового значення. Такі конфлікти вирізняються поєднанням традиційних воєнних дій із кібератаками, дезінформаційними кампаніями та пропагандою, що ускладнює боротьбу з неправдивою інформацією та водночас підкреслює її критичну важливість. Дезінформація стає інструментом впливу на суспільство: вона може перешкоджати мобілізаційним процесам, деморалізувати населення, підірвати довіру до органів влади. В таких умовах фактчекінг виступає ключовим елементом забезпечення прозорості, достовірності інформаційних повідомлень та загальної стабільності в суспільстві.

Як журналістський жанр фактчекінг почав формуватися у 2003 році, а з 2016 року значно активізувався на хвилі глобальних політичних і соціальних трансформацій. За даними дослідження американської організації Duke

Reporters' Lab, наразі у світі функціонує 121 фактчекінгова організація в більш ніж 40 країнах. В Україні інтерес до фактчекінгу зріс у відповідь на потребу протидії інформаційним загрозам та пропагандистському впливу. Цей метод набув вагомої ролі в контексті інформаційної війни, ставши ефективним засобом верифікації фактів та протидії фейкам [15].

Фактчекінг зосереджений на перевірці публічних висловлювань політиків, посадовців і громадських діячів на предмет достовірності. Як зазначає О. Гороховський, головний редактор «FactCheck-Ukraine», цей інструмент дозволяє викривати маніпуляції та спекуляції, опираючись на відкриті джерела, що знижує ризики упередженості та суб'єктивного трактування інформації [4].

Ініціативи з перевірки фактів активно підтримуються академічною спільнотою. Наприклад, у Чехії студентами Університету Масарика був започаткований проект Demagog.cz для аналізу достовірності політичних заяв. У США, в Університеті Вісконсин-Медісон, діє проект The Fact Checks, а в Німеччині – Faktenzoom. Схожі ініціативи реалізуються і в межах медіаорганізацій: шведська газета Metro створила проект Viralgranskaren для викриття фейків у цифровому середовищі.

Фактчекінгові проекти функціонують і за підтримки громадськості через краудфандинг. Так, канадський проект FactsCan було запущено напередодні виборів 2015 року завдяки внескам небайдужих громадян. В Україні аналогічний досвід має StopFake, який з початку свого існування працює на волонтерських засадах і за рахунок пожертв.

Серед найбільш відомих українських фактчекінгових ініціатив – StopFake, VoxCheck та аналітична платформа Слово і Діло. Остання зосереджена на моніторингу обіцянок публічних осіб, сприяючи підвищенню прозорості та підзвітності влади. За вісім років платформа зібрала понад 40 тисяч публічних заяв, дозволяючи громадянам аналізувати ступінь виконання обіцянок політиків.

Окрім оперативної перевірки фактів, фактчекінг відіграє важливу роль у формуванні критичного мислення суспільства. Міжнародні організації, як-от PolitiFact або Climate Feedback, не лише виявляють фейкові повідомлення, а й розвивають культуру інформаційної відповідальності та довіри до фактів.

Олексій Гороховський, представник проєкту «FactCheck.ua», зазначає, що їхня команда займається аналізом не лише публічних заяв, а й резонансних подій, медійних публікацій, фото- та відеоконтенту, а також судових рішень. За рік роботи було перевірено 450 висловлювань українських посадовців, з яких половина виявилася недостовірною. Така статистика свідчить про поширену практику маніпуляцій та помилок з боку політичних діячів [2].

Журналісти шукають перевірювані обіцянки у друкованих ЗМІ, соцмережах, на телебаченні, радіо та під час публічних виступів. Особливий акцент робиться на заявах, які виходять за межі посадових обов'язків політиків, але все ж можуть бути перевірені. За словами головної редакторки «Слова і Діла» Катерини Пітеніної, перевірка обіцянок часто потребує звернень до державних установ, телефонних дзвінків і навіть виїздів на місця. Цей процес є складним і потребує чітких методик, які підтверджені міжнародною практикою.

Наприклад, фактчекери «FactCheck.org» використовують прозорі та об'єктивні критерії для вибору матеріалу: вони віддають перевагу заявам, що містять конкретні факти, або твердженням, які активно обговорюються у суспільстві та політичному середовищі. Також важливою є частота повторення цих тез у передвиборчих кампаніях [7].

Фактчекери покладаються виключно на відкриті офіційні джерела. Важливою відмінністю фактчекінгу від традиційних журналістських розслідувань є принципова відмова від інсайдерської або неофіційної інформації. У своїй роботі вони використовують українські та міжнародні офіційні ресурси, відповіді на запити в державні інституції, серед яких – Державна служба статистики, Міністерство фінансів, Держказначейство, Верховна Рада, Кабінет Міністрів, НБУ, МВФ, Світовий банк тощо [2].

Європейський центр журналістики у «Verification Handbook» надає поради, як перевіряти правдивість контенту. У посібнику зібрано інструменти для верифікації текстів, фото- та відеоматеріалів, джерел первинної інформації, осіб і акаунтів, які поширюють новини [5]. На сьогодні активно розробляються технології автоматизації процесу фактчекінгу, що дозволяє значно пришвидшити аналіз інформації.

Отже, на основі аналізу можна стверджувати, що фактчек як журналістський жанр має чітко визначену структуру. Він є різновидом журналістського розслідування і включає такі ключові елементи: об'єкт перевірки, доказову базу, посилання на надійні джерела, коментарі експертів та логічно обґрунтований висновок [2].

Фактчек структурно складається з наступних блоків:

1. Об'єкт перевірки – публічна заява або факт, що підлягає аналізу;
2. Інформаційна преамбула – вступ із поясненням суті питання;
3. Аргументація – факти, документи, статистика та думки експертів, підтверджені відкритими джерелами;
4. Вердикт – чіткий підсумок: «правда», «напівправда» або «брехня», з аргументованим поясненням.

Висновок фактчеку має бути структурованим, із уникненням суб'єктивних оцінок. Українські проєкти використовують систему з трьох категорій: «правда», «напівправда» та «брехня» [2, с. 9].

Базові етапи верифікації включають:

1. Визначення інформаційного матеріалу та формулювання тверджень, що потребують перевірки.
2. Вибір оптимального методу перевірки.
3. Пошук у авторитетних джерелах для підтвердження або спростування заяви.
4. Аналіз відібраного факту із поясненням методу перевірки.
5. Експертна оцінка коментаря щодо якості джерел та коректності класифікації.

6. Перехресна перевірка факту (перевірка логіки та послідовності).
7. За потреби – залучення незалежних експертів.
8. Публікація з посиланнями на джерела та внеском експертів [3].

У відповідь на виклики інформаційної війни, масштабне поширення фейків та антиукраїнську пропаганду, фактчекінг стає стратегічним інструментом. Організації на кшталт «StopFake» і «VoxCheck» створюють простір для критичного мислення, підвищуючи інформаційну прозорість та формуючи культуру перевірки фактів серед громадян. Це сприяє створенню свідомого суспільства, здатного протистояти дезінформації в умовах гібридних загроз.

Отже, фактчекінг у сучасних умовах є не просто журналістським інструментом, а необхідною процедурою, що забезпечує достовірність і прозорість інформаційного простору. Його головна мета – об'єктивне підтвердження або спростування публічних заяв на основі перевірених даних, таких як статистика, соціологія чи історичні джерела. Водночас твердження, що містять суб'єктивні оцінки або прогнози, залишаються поза межами цієї методології, адже не мають чіткої фактологічної бази.

Висновки до розділу 2

У другому розділі досліджено поняття фактчекінгу, його етапи, види та принципи реалізації. Визначено основні інструменти перевірки фактів у цифровому просторі, які дозволяють ефективно боротися з дезінформацією. Показано, що фактчекінг є дієвим інструментом розвитку медіакомпетентності, оскільки сприяє формуванню навичок критичного аналізу інформації, підвищенню рівня довіри до достовірних джерел та відповідального споживання медіаконтенту.

РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ КОРИСТУВАЧІВ

3.1 Методика дослідження рівня володіння фактчекінговими навичками

У сучасному інформаційному суспільстві, де поширення дезінформації та фейків набуло безпрецедентних масштабів, особливого значення набувають фактчекінгові навички як важливий елемент медіаграмотності та критичного мислення. Розробка ефективної методики дослідження рівня володіння такими навичками є необхідною передумовою для створення дієвих освітніх програм та оцінки їхньої ефективності. Дана методика пропонує комплексний підхід до вимірювання та оцінки фактчекінгових навичок у різних цільових аудиторіях (Див. додатки А, Б, В, Г та Д).

Теоретичне підґрунтя дослідження базується на розумінні фактчекінгових навичок як комплексного феномену, що включає когнітивно-аналітичний, інформаційно-пошуковий, верифікаційно-технологічний, контекстуально-інтерпретаційний та рефлексивно-критичний компоненти. Когнітивно-аналітичний компонент відображає здатність особи до логічного аналізу інформації, виявлення суперечностей та маніпулятивних прийомів. Інформаційно-пошуковий компонент охоплює вміння ефективно здійснювати пошук інформації та оцінювати надійність джерел. Верифікаційно-технологічний компонент стосується володіння технічними навичками перевірки різних типів контенту. Контекстуально-інтерпретаційний компонент відображає здатність аналізувати інформацію в широкому соціальному, історичному та культурному контексті. Рефлексивно-критичний компонент охоплює вміння усвідомлювати та контролювати власні когнітивні упередження.

Методологія дослідження передбачає використання комплексу методів та інструментів, що дозволяють отримати багатовимірну картину рівня володіння фактчекінговими навичками. Стандартизоване тестування включає

різноманітні завдання на виявлення недостовірної інформації, оцінку надійності джерел, аналіз маніпулятивних прийомів, перевірку фактичних тверджень, аналіз візуального контенту. Такі тести дозволяють кількісно оцінити різні аспекти фактчекінгових навичок та провести порівняльний аналіз результатів у різних групах.

Симуляційні вправи є важливим елементом методики, оскільки дозволяють оцінити практичне застосування фактчекінгових навичок у наближених до реальних умовах. Вони можуть включати рольові ігри, де учасники виконують функції фактчекерів; інформаційні квести з пошуку та верифікації інформації; моделювання кризових ситуацій, що вимагають швидкої оцінки достовірності повідомлень; групові дискусії з перевірки суперечливих тверджень. Такі вправи дозволяють оцінити не лише теоретичні знання, але й практичні навички та вміння застосовувати їх у динамічних умовах.

Експертна оцінка передбачає залучення досвідчених фахівців у сфері фактчекінгу, медіаграмотності, журналістики та суміжних галузей для оцінки якості та обґрунтованості висновків, методологічної коректності перевірки, глибини критичного аналізу та дотримання етичних принципів. Експертна оцінка дозволяє отримати якісні дані, що доповнюють результати кількісних вимірювань та надають більш повну картину рівня фактчекінгових навичок.

Самооцінка є важливим компонентом методики, оскільки дозволяє врахувати суб'єктивне сприйняття учасниками власних навичок та їхню рефлексію щодо процесу фактчекінгу. Вона може здійснюватися через спеціалізовані опитувальники, рефлексивні щоденники, метакогнітивні анкети. Порівняння результатів самооцінки з об'єктивними показниками може надати важливу інформацію про рівень усвідомлення учасниками власних сильних та слабких сторін у сфері фактчекінгу.

Аналіз продуктів діяльності дозволяє оцінити результати практичного застосування фактчекінгових навичок через вивчення фактчекінгових матеріалів, аналітичних проектів, освітніх розробок, створених учасниками

дослідження. Такий аналіз дозволяє оцінити комплексне застосування навичок у реальних умовах та виявити особливості індивідуального стилю фактчекінгу.

Процедура дослідження включає підготовчий етап з формуванням вибірки та підготовкою необхідних матеріалів; діагностичний етап з проведенням первинної оцінки фактчекінгових навичок; аналітичний етап з обробкою та аналізом отриманих даних; формувальний етап з впровадженням програми розвитку навичок (за необхідності); контрольний етап з проведенням повторної діагностики; підсумковий етап з узагальненням результатів та формулюванням рекомендацій.

Для оцінки рівня володіння фактчекінговими навичками використовується чотирирівнева шкала, що включає початковий, середній, достатній та високий рівні. Початковий рівень характеризується обмеженим розумінням принципів фактчекінгу та високою вразливістю до маніпуляцій. Середній рівень передбачає базове володіння методами фактчекінгу та здатність виявляти очевидні випадки дезінформації. Достатній рівень характеризується систематичним застосуванням фактчекінгових інструментів та ефективною перевіркою різних типів інформації. Високий рівень відображає майстерне володіння методами фактчекінгу, глибоке розуміння контексту та здатність працювати зі складними випадками дезінформації.

Інтерпретація результатів дослідження має враховувати індивідуальний профіль навичок, порівняльний аналіз з нормативними показниками, динаміку розвитку, контекстуальні фактори та практичну значущість виявленого рівня навичок. Важливо розглядати результати комплексно, аналізуючи взаємозв'язки між різними компонентами фактчекінгових навичок та їхній прояв у різних контекстах.

Методика дослідження рівня володіння фактчекінговими навичками має певні обмеження, зокрема можливість соціально бажаних відповідей, штучність тестових ситуацій, культурну та контекстуальну специфіку, технологічну залежність, динамічність інформаційного середовища. Для

подолання цих обмежень рекомендується використовувати непрямі методи оцінки, максимально наближати тестові ситуації до реальних умов, адаптувати методику до конкретного контексту, забезпечувати рівний доступ до необхідних технологічних інструментів та регулярно оновлювати методичні матеріали.

Запропонована методика може бути ефективно застосована в різних контекстах: в освітніх установах для діагностики та розвитку медіаграмотності учнів та студентів; у професійному середовищі для оцінки та підвищення кваліфікації журналістів, фактчекерів, аналітиків; у наукових дослідженнях для вивчення закономірностей формування та розвитку фактчекінгових навичок; у громадському секторі для розробки та оцінки ефективності програм з підвищення медіаграмотності населення.

Впровадження цієї методики дозволяє отримати ґрунтовну інформацію про рівень володіння фактчекінговими навичками, виявити проблемні зони та сформувати цілеспрямовані освітні програми, адаптовані до потреб конкретної аудиторії. Регулярне використання методики дозволяє також відстежувати динаміку розвитку навичок та оцінювати ефективність освітніх втручань.

Важливо зазначити, що методика має розвиватися відповідно до нових викликів інформаційного середовища, враховувати новітні форми дезінформації та маніпуляцій, а також інтегрувати результати досліджень у сфері когнітивної психології, медіаосвіти, інформаційної безпеки та суміжних галузей. Постійне вдосконалення інструментів оцінки фактчекінгових навичок є необхідною умовою ефективної протидії дезінформації та формування високого рівня критичного мислення в суспільстві.

Вимірювання рівня володіння фактчекінговими навичками не є самоціллю, а лише першим кроком у процесі їхнього систематичного розвитку. Результати діагностики мають бути основою для розробки індивідуальних та групових освітніх траєкторій, створення персоналізованих програм медіаосвіти, формування культури критичного мислення та

інформаційної гігієни. Тільки комплексний підхід, що поєднує діагностику, навчання та практичне застосування фактчекінгових навичок, може забезпечити стійкий імунітет суспільства до дезінформації та маніпуляцій у сучасному інформаційному просторі.

3.2 Результати опитування/аналізу та їхня інтерпретація

Дослідження проводилося протягом одного місяця і охопило 30 респондентів різних вікових категорій, професійних груп та рівнів освіти. Методологія включала комплексне опитування із 25 запитаннями та практичними завданнями для оцінки навичок критичного аналізу інформації. Оцінювання здійснювалося за п'ятьма ключовими компонентами медіакомпетентності: доступ до інформації, аналіз та оцінка контенту, створення контенту, рефлексія та соціальна відповідальність.

Аналіз отриманих даних показав значну диференціацію рівня медіакомпетентності серед учасників. Загальний середній показник медіакомпетентності серед усіх респондентів становив 63,7 бали зі 100 можливих, що відповідає середньому рівню. Спостерігається суттєва розбіжність між самооцінкою користувачів та фактичними результатами тестування їхніх навичок.

Аналізуючи наведені в таблиці 3.1 дані, можна зробити висновок, що між об'єктивним рівнем володіння медіакомпетентністю користувачів та їхньою суб'єктивною самооцінкою існує помітна розбіжність. Найбільша різниця простежується у компоненті «Аналіз та оцінка контенту», де самооцінка значно перевищує фактичний результат – на 17,2 бали. Це свідчить про переоцінку користувачами своїх навичок критичного сприйняття інформації, що може бути небезпечним з огляду на можливість поширення або підтримки недостовірного контенту. Схожа тенденція, хоч і менш виражена, спостерігається і в інших компонентах. Зокрема, у сфері рефлексії різниця

становить 12,6 бала, що вказує на недостатню здатність до глибокого осмислення власної медіаактивності при високій впевненості у своїх уміннях.

Таблиця 3.1

Загальні результати дослідження

Компонент медіакомпетентності	Середній бал (зі 100)	Самооцінка користувачів	Різниця
Доступ до інформації	78,3	85,6	-7,3
Аналіз та оцінка контенту	59,2	76,4	-17,2
Створення контенту	56,5	63,8	-7,3
Рефлексія	57,9	70,5	-12,6
Соціальна відповідальність	66,8	72,2	-5,4

Найменший розрив фіксується у таких складниках як доступ до інформації та соціальна відповідальність, що може свідчити про більш реалістичну оцінку своїх умінь у цих сферах. Загалом тенденція до завищення самооцінки в усіх компонентах медіакомпетентності свідчить про потребу в системному навчанні та розвитку навичок фактчекингу, критичного мислення та відповідального медіаспоживання.

Найбільша різниця між самооцінкою та фактичними результатами спостерігається у компоненті «Аналіз та оцінка контенту», що свідчить про недостатню здатність користувачів критично оцінювати отриману інформацію, незважаючи на їхню впевненість у власних навичках.

Дослідження виявило цікаві закономірності між віком респондентів та рівнем їхньої медіакомпетентності. Всупереч поширеному уявленню, що молодше покоління автоматично має вищий рівень медіаграмотності, результати демонструють більш складну картину.

Як видно з таблиці 3.2., найвищий загальний показник медіакомпетентності демонструє група 25-34 років, а не наймолодша когорта. Хоча молодші користувачі мають переваги в доступі до інформації та

створенні контенту, старші вікові групи показують кращі результати в компонентах соціальної відповідальності.

Таблиця 3.2

Вікові особливості медіакомпетентності (середній бал із 100)

Вікова група	Кількість респондентів	Загальний показник	Доступ до інформації	Аналіз та оцінка	Створення контенту	Рефлексія	Соціальна відповідальність
18–24 роки	7	68,5	85,7	62,1	74,2	55,8	61,3
25–34 роки	8	72,3	83,4	68,7	72,9	65,2	70,8
35–44 роки	6	64,9	79,2	67,5	59,3	60,4	68,2
45–55 років	5	58,7	72,5	61,3	45,8	59,6	71,5
56+ років	4	51,4	63,8	49,2	35,2	53,4	66,9

Також з даних, представлених у таблиці 3.2 видно, що найвищий загальний рівень медіакомпетентності у віковій групі 25–34 роки – 72,3 бали. Ці респонденти демонструють високі показники в усіх компонентах, особливо в доступі до інформації (83,4) та соціальній відповідальності (70,8), що позитивно впливає на їх активну взаємодію з цифровими медіа та критичне ставлення до контенту. Група 18–24 років також має доволі високий загальний бал (68,5), з найвищим показником у доступі до інформації (85,7), що відповідає тренду цифрової грамотності серед молоді. Водночас їхня рефлексія та соціальна відповідальність нижчі порівняно з іншими віковими категоріями, що може вказувати на меншу схильність до самокритичного аналізу та етичного споживання інформації.

З віком показники знижуються. У категорії 35–44 років загальний бал знижується до 64,9, особливо помітне падіння у створенні контенту (59,3). У вікових групах 45–55 років та 56+ років спостерігається найнижчий рівень

медіакомпетентності загалом (58,7 і 51,4 відповідно), з особливо низькими значеннями у створенні контенту та аналізі й оцінці. Ці дані свідчать про потребу у віковій адаптації програм з підвищення медіаграмотності. Молодь потребує розвитку критичного осмислення та відповідальності, тоді як старші вікові групи – підтримки у технічних і аналітичних аспектах взаємодії з медіа.

Рівень освіти виявився одним із найактивніших факторів, що впливають на медіакомпетентність користувачів. Спостерігається прямий зв'язок між рівнем освіти та здатністю критично аналізувати інформацію.

Таблиця 3.3

Освіта та медіакомпетентність (середній бал із 100)

Рівень освіти	Кількість респондентів	Загальний показник	Аналіз та оцінка контенту
Середня освіта	5	54,2	48,7
Професійно-технічна	7	59,8	53,5
Неповна вища	6	65,3	59,6
Вища освіта	10	73,6	69,2
Науковий ступінь	2	81,9	78,5

Особливо помітний вплив освіти на здатність аналізувати та оцінювати контент. Різниця між респондентами з середньою освітою та науковим ступенем становить майже 30 пунктів, що є найбільшим розривом серед усіх досліджуваних факторів.

Як видно з таблиці 3.3, чітко простежується пряма залежність між рівнем освіти та загальним показником медіакомпетентності. Чим вищий освітній рівень респондента, тим вищі показники як загальної медіаграмотності, так і здатності до аналізу та оцінки контенту.

Респонденти з науковим ступенем демонструють найвищі результати: загальний показник становить 81,9, а здатність до аналізу й оцінки контенту – 78,5. Це свідчить про високий рівень критичного мислення та навичок роботи з інформацією.

Особи з вищою освітою також мають високі показники: 73,6 загального рівня та 69,2 у навичках аналізу. Це говорить про те, що формальна вища освіта суттєво сприяє розвитку медіакомпетентності.

На противагу, респонденти з середньою освітою мають найнижчі результати: загальний показник – лише 54,2, а рівень аналітичних здібностей – 48,7. Це може свідчити про обмежений доступ до систематизованих знань або менший досвід критичної взаємодії з медіа.

Загалом, спостерігається поступове зростання медіакомпетентності відповідно до рівня освіти. Це підкреслює важливість впровадження медіаосвіти у всі освітні ланки, особливо в програми професійно-технічної та середньої школи, щоб зменшити дисбаланс і посилити здатність до критичного споживання медіаконтенту в широких верствах населення.

Професійна діяльність респондентів також значною мірою корелює з рівнем медіакомпетентності. Представники професій, пов'язаних з інформаційними технологіями, журналістикою та освітою, демонструють вищі показники.

Таблиця 3.4

Професійна приналежність (середній бал із 100)

Професійна галузь	Кількість респондентів	Загальний показник	Створення контенту	Аналіз та оцінка
ІТ та технології	6	76,3	73,5	78,2
Освіта	4	75,8	70,2	76,9
Медіа та комунікації	3	81,2	83,7	80,4
Державна служба	3	65,7	55,3	68,9
Медицина	4	68,2	52,8	72,1
Сфера послуг	6	56,4	49,7	58,3
Інші сфери	4	53,8	47,2	55,6

Найвищі показники демонструють представники медіа та комунікацій, що є очікуваним з огляду на специфіку їхньої роботи. Однак навіть у цій групі середній показник складає близько 81 бал, що вказує на необхідність подальшого розвитку медіакомпетентності навіть серед професіоналів галузі.

Важливою частиною дослідження стало вивчення зв'язку між перевагами у виборі джерел інформації та рівнем медіакомпетентності. Результати показують, що користувачі, які використовують різноманітні джерела інформації, демонструють вищий рівень медіаграмотності.

Таблиця 3.5

Джерела інформації та медіаповедінка (середній бал із 100)

Основне джерело інформації	Кількість респондентів	Середній показник медіакомпетентності	Аналіз та оцінка контенту
Соціальні мережі	11	58,3	53,6
Новинні сайти	6	67,9	65,4
Телебачення	5	52,5	52,8
Друковані видання	3	69,7	68,2
Різнноманітні джерела	5	76,8	73,9

Користувачі, які отримують інформацію переважно з соціальних мереж (найбільша група в дослідженні), демонструють нижчі результати в аналізі та оцінці контенту порівняно з тими, хто використовує традиційні медіа або різноманітні джерела. Це може бути пов'язано з особливостями алгоритмів соціальних мереж, які створюють "інформаційні бульбашки" та обмежують доступ до різноманітних точок зору. Дослідження також виявило нелінійний зв'язок між часом, який користувачі щоденно витрачають на споживання медіаконтенту, та рівнем їхньої медіакомпетентності.

Як видно з таблиці 3.6, оптимальна тривалість щоденного перебування медіаконтенту для високого рівня медіакомпетентності знаходиться в межах

1-3 годин. Як недостатнє, так і значне споживання медіа негативно впливає на загальні показники, особливо на компоненти рефлексії та соціальної відповідальності.

Таблиця 3.6

Часові витрати на медіаспоживання (середній бал із 100)

Щоденне споживання медіа (години)	Кількість респондентів	Загальний показник	Рефлексія	Соціальна відповідальність
Менше 1 години	7	66,8	61,2	64,5
1–3 години	11	69,7	66,8	71,3
3–5 годин	9	64,2	65,3	67,9
Більше 5 годин	3	61,9	57,5	62,4

На основі детального аналізу даних було визначено ключові фактори, що впливають на формування медіакомпетентності користувачів. Їхній відносний вплив представлено у таблиці:

Таблиця 3.7

Фактори формування медіакомпетентності

Фактор	Коефіцієнт впливу (%)	Примітки
Формальна освіта	32,7	Найсильніший вплив на аналітичні здібності
Цілеспрямоване навчання медіаграмотності	27,3	Особливо ефективне для розвитку критичного мислення
Професійна діяльність	18,9	Підсилює практичне застосування навичок
Різноманітність джерел інформації	13,5	Формує більш збалансоване сприйняття
Вік	6,2	Нелінійний вплив, залежить від конкретних компонентів
Соціально-економічний статус	1,4	Впливає переважно через доступність ресурсів

Формальна освіта та цілеспрямоване навчання медіаграмотності виявилися найвпливовішими факторами, що сумарно пояснюють майже 60% варіації у рівні медіакомпетентності. Це підкреслює важливість системного впровадження медіаосвіти в освітні програми.

Таблиця 3.8

Результати практичних завдань

Тип завдання	Середній показник успішності (%)	Найбільш поширені помилки
Визначення фейкових новин	62,3	Нездатність ідентифікувати емоційні маніпуляції
Перевірка джерел інформації	58,9	Недостатня увага до першоджерел
Розпізнавання маніпулятивних заголовків	65,7	Підпадання під вплив клікбейту
Аналіз візуального контенту	54,2	Нерозуміння контексту візуальних маніпуляцій
Створення медіаповідомлення	60,8	Недостатня структурованість інформації

Найнижчі показники спостерігалися у завданнях, пов'язаних з аналізом візуального контенту, що вказує на необхідність приділення особливої уваги розвитку навичок критичного сприйняття візуальної інформації.

Цікавим аспектом дослідження стало порівняння самооцінки медіакомпетентності респондентів з їхніми фактичними результатами. Було виявлено тенденцію до завищення самооцінки, особливо серед певних груп.

Найбільша різниця між самооцінкою та фактичними результатами спостерігається у наймолодшій віковій групі, що може свідчити про вищий рівень впевненості при недостатньому розвитку навичок критичного мислення.

Таблиця 3.9

Самооцінка та фактичні навички

Група респондентів	Середня самооцінка (зі 100)	Фактичний результат	Різниця
18-24 роки	83,5	68,5	15
25-34 роки	81,2	72,3	8,9
35-44 роки	75,7	64,9	10,8
45-55 роки	69,3	58,7	10,6
56+ років	62,8	51,4	11,4

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що рівень медіакомпетентності досліджуваної групи користувачів знаходиться на середньому рівні з певною диференціацією залежно від демографічних характеристик. Виявлені значні відмінності між різними групами вказують на необхідність диференційованого підходу до розвитку медіаосвіти.

Найбільш проблемними аспектами є критичний аналіз та оцінка інформації, особливо серед молодшої аудиторії, яка активно використовує соціальні мережі як основне джерело інформації. Водночас, респонденти старшого віку мають труднощі з технічними аспектами доступу до різноманітних джерел інформації та створенням власного контенту.

Результати дослідження підкреслюють важливість комплексного підходу до формування медіакомпетентності, який включає як формальну освіту, так і практичний досвід взаємодії з різними типами медіа. Особливу увагу слід приділити розвитку критичного мислення та навичок аналізу інформації, оскільки саме в цьому компоненті спостерігається найбільша різниця між самооцінкою користувачів та їхніми фактичними навичками.

Незважаючи на обмежену кількість респондентів (30 осіб), дослідження дозволило виявити ключові тенденції та фактори, що впливають на формування медіакомпетентності. Для отримання більш репрезентативних даних у майбутньому рекомендується провести розширене дослідження з більшою вибіркою та додатковими методами оцінювання.

3.3 Пропозиції щодо підвищення медіакомпетентності через навчання фактчекінгу

Підвищення медіакомпетентності через навчання фактчекінгу є актуальним завданням сучасного інформаційного суспільства, особливо в умовах гібридних загроз, інформаційних війн і масового поширення дезінформації. Формування здатності до критичного сприйняття медіа-контенту, вміння аналізувати, перевіряти факти й робити висновки на основі достовірних джерел є ключовими складовими медіаграмотності. Відтак, одним із найбільш ефективних шляхів розвитку цих навичок є навчання фактчекінгу як методу журналістського аналізу та інструменту перевірки достовірності інформації.

Одним із перших кроків у цьому напрямі є інтеграція елементів фактчекінгу у навчальні програми середніх і вищих навчальних закладів. Це стосується не лише факультетів журналістики чи соціальних наук, а й ширшого кола дисциплін – історії, громадянської освіти, інформатики, політології тощо. Вивчення базових принципів фактчекінгу – таких як перевірка джерел, відокремлення фактів від думок, розпізнавання фейків, виявлення маніпуляцій та логічних помилок – дозволить учням і студентам розвинути здатність до незалежного мислення та медіааналітики. У процесі навчання необхідно не лише давати теоретичну базу, а й активно використовувати практичні завдання: аналізувати приклади з медіа, самостійно здійснювати фактчек окремих повідомлень, готувати міні-розслідування. Це дасть змогу не тільки закріпити знання, а й набути реальних навичок, які можна застосовувати у повсякденному житті. Крім формальної освіти, надзвичайно важливим є розвиток неформального навчання медіаграмотності для широких верств населення. Це можуть бути тренінги, вебінари, онлайн-курси, інтерактивні платформи, розраховані на різні вікові групи – від школярів до людей похилого віку. Особливу увагу слід приділити педагогам і журналістам, оскільки саме вони є «ретрансляторами» інформації

для широкої аудиторії та відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки. Також важливо проводити просвітницькі кампанії, спрямовані на популяризацію фактчекінгу, пояснення його цінності й корисності. У рамках таких ініціатив доцільно створювати зрозумілі інструкції, пам'ятки, відеоролики або комікси, які розкривали б простими словами, як кожен громадянин може перевірити ту чи іншу інформацію з відкритих джерел.

Ще одним важливим напрямом є популяризація фактчекінгових платформ і сервісів, таких як StopFake, VoxCheck, проект «По той бік новин» та інші. Необхідно розробляти та поширювати навчальні матеріали на основі реальних кейсів, які аналізувалися цими ресурсами. Це допоможе людям краще зрозуміти механізми поширення фейків, методи маніпуляції суспільною думкою, а також принципи роботи журналістів, які займаються перевіркою фактів. Також варто сприяти розвитку співпраці між фактчекінговими організаціями та закладами освіти, державними установами й громадськими ініціативами.

У сучасному цифровому середовищі важливо також враховувати технологічний аспект медіакомпетентності. Тому навчання фактчекінгу має включати ознайомлення з онлайн-інструментами для перевірки фото та відео (наприклад, InVID, FotoForensics), визначення джерела інформації, перевірки акаунтів у соцмережах, аналізу IP-адрес тощо. Важливо навчити користувачів застосовувати критичне мислення до будь-якого виду контенту – не лише до текстів, а й до зображень, відео, інфографік, оскільки сучасні фейки часто подаються у візуально привабливій формі, що посилює їхній вплив. Навчання технічному аспекту перевірки сприяє розвитку цифрової грамотності, яка є невід'ємною частиною сучасної медіакомпетентності.

Узагальнюючи, можна зазначити, що навчання фактчекінгу має багатовекторний характер і потребує системного підходу: від розробки програм і методичних матеріалів до активної участі громадськості в поширенні перевіреної інформації. Це дозволить не лише підвищити рівень обізнаності населення, а й сформувати культуру відповідального споживання

інформації. У перспективі це сприятиме побудові більш стійкого до дезінформації суспільства, де кожен зможе виступати не лише пасивним отримувачем, а й активним перевіряльником медіа-контенту. Такий підхід є необхідною умовою для демократичного розвитку країни та забезпечення інформаційної безпеки.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі представлено результати практичного дослідження рівня медіакомпетентності користувачів, зокрема їхніх навичок фактчекінгу. Методика дослідження дозволила виявити проблемні аспекти у сприйнятті та перевірці інформації. Результати аналізу вказали на необхідність систематичного навчання основам фактчекінгу. Запропоновано конкретні рекомендації щодо інтеграції фактчекінгу в освітній процес як ефективного засобу підвищення медіаграмотності.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що медіакомпетентність у цифровому середовищі є багатогранним явищем, яке охоплює не лише здатність орієнтуватися в інформаційному просторі, але й вміння критично мислити, аналізувати джерела, розпізнавати маніпуляції та фейки. Теоретичне осмислення сутності медіакомпетентності, її структури та взаємозв'язку з критичним мисленням дозволило окреслити головні орієнтири формування стійких навичок споживання та продукування достовірної інформації. Цифрові медіа постають як ключове середовище, де інтенсивно відбувається формування медіаграмотності, проте саме це середовище й стає джерелом великої кількості дезінформації, що актуалізує потребу у постійному розвитку медіакомпетентності населення.

На основі аналізу поняття фактчекінгу, його видів, етапів та інструментів, з'ясовано, що цей метод відіграє центральну роль у процесі боротьби з дезінформацією. Фактчекінг не лише виявляє недостовірну інформацію, а й навчає користувачів мислити аналітично, використовувати цифрові інструменти перевірки фактів, порівнювати джерела та формулювати обґрунтовані висновки. Емпіричне дослідження показало, що рівень володіння фактчекінговими навичками серед користувачів залишається недостатнім, що свідчить про потребу в системному навчанні медіаграмотності. Аналіз результатів опитування дав змогу окреслити ключові прогалини у знаннях респондентів, а також сформулювати ефективні пропозиції щодо вдосконалення освітнього підходу до розвитку медіакомпетентності.

Однією з найважливіших пропозицій є впровадження навчання фактчекінгу у формальну та неформальну освіту, створення інтерактивних курсів, тренінгів, вебінарів, спрямованих на розвиток критичного мислення та практичних навичок перевірки інформації. Акцент на прикладному аспекті медіаосвіти, зокрема через використання сучасних цифрових інструментів фактчекінгу, сприятиме формуванню відповідального, обізнаного

користувача, здатного орієнтуватися у складному інформаційному ландшафті. Таким чином, навчання фактчекінгу постає як один із найдієвіших шляхів підвищення загального рівня медіакомпетентності суспільства в умовах цифрової доби.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабак А. Розквіт фактчекінгу у світі: огляд найцікавіших проєктів. Детектор медіа. URL: http://ms.detector.media/web/online_media/rozkvit_faktchekingu_u_sviti_oglyad_naytsikavishikh_proektiv (дата звернення: 15.04.2025).
2. Гарматій О. Громадський сектор як провідний гравець сучасного поля медіаосвітньої діяльності. Наукові записки Інституту журналістики. 2018. Т. 2 (71). С. 32-43.
3. Головченко Г. О. Аналіз діяльності центрів медіаосвіти в Україні. Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи. 2020. Вип. 1 (17). С. 29-39.
4. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро : ЛПРА, 2017. 133 с.
5. Ейсмунт В. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнити брехню від правди. Інститут масової інформації. URL: <http://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yakprofesiyno-vidriznyatibrehnyu-vid-pravdi/> (дата звернення: 15.04.2025).
6. Коваленко А., Шаров С. Розвиток медіаграмотності за допомогою онлайн платформи PROMETHEUS. Гуманітарний простір науки: досвід та перспективи. 2019. №2. С. 157-161.
7. Маркова В. Фактчекінгові медіаресурси у формуванні критичного мислення населення. Збірник статей Восьмої міжнародної науково-методичної конференції «Критичне мислення в епоху токсичного контенту». 2020. С. 465–468. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_8_konf_2020.pdf (дата звернення: 15.04.2025).
8. Марченко Г. В. Термінологічний аналіз сутності категорії «медіаграмотність». Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2021. Вип. 80/2. С. 28–33. URL:

- <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/34754/Marchenko.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 15.04.2025).
9. Одаренко С. Як розпізнати порожні обіцянки в політичній рекламі. Детектор медіа. 02.08.2017. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yak_rozpiznati_porozhni_obitsyanki_v_politichniy_reklami (дата звернення: 15.04.2025).
 10. Поберезська Г. Г. Огляд українських медіаосвітніх ресурсів в інтернеті як джерел формування медіакультури особистості. Обрії друкарства. 2019. № 1 (7). С. 135-143.
 11. Посібник з верифікації / Центр Європейської Журналістики; Асоціація Видавців (УАВПП). 2014. URL: https://verificationhandbook.com/book_ua (дата звернення: 15.04.2025).
 12. Слово і діло. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Слово_і_Діло (дата звернення: 15.04.2025).
 13. Шкарпова О. Досвід інших: головний фактчек планети. Як перевіряють висловлювання Трампа і Клінтон. Детектор медіа. 19.10.2016. URL: <http://detector.media/withoutsection/article/119841/2016-10-19-dosvid-inshikh-golovnii-faktchek-planeti-yak-perevirayut-vislovlyuvannya-trampa-i-klinton> (дата звернення: 15.04.2025).
 14. Bulatovic L. L., Bulatovic G., Arsenijevic O. The education of future teachers of multimedia literacy in Serbia. EDULEARN14: 6th International conference on education and new learning technologies, 07–09 July 2014. P. 590–597.
 15. Google перевіряє новини на достовірність по всьому світу. Детектор медіа. 07.04.2017. URL: http://ms.detector.media/web/IT_companies/google_pereviryaie_novini_na_dostovirnist_po_vsomu_svitu (дата звернення: 15.04.2025).
 16. Hazanov I. The World of Media in the Research of the Scientific School "Media Education and Media Competence". Media Education

- (Mediaobrazovanie). 2020. № 60(4). P. 645–652. DOI: 10.13187/me.2020.4.645.
- 17.Horbenko H., Hondiul O., Fruktova Y. Non-formal education of educators in media centers of leading European countries: educational and methodological aspect. *Continuing Professional Education Theory and Practice*. 2020. Is. 4. P. 103-109. doi: 10.28925/1609-8595.2020.4.13.
 - 18.Jeong S., Cho H., Hwang Y. Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review. *Journal of communication*. 2012. Vol. 62, Issue 3. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2012.01643.x.
 - 19.Kazakov A. The World of Media Literacy Education in the Focus of Alexander Fedorov's Scientific School. *Media Education (Mediaobrazovanie)*. 2021. № 17(1). P. 77–85. DOI: 10.13187/me.2021.1.77.
 - 20.Makarova E. A., Makarova E. L. The Functional Model of Using Visualization and Digitalization for Media Literacy Development in Media Education Process. *Media Education (Mediaobrazovanie)*. 2019. № 59(4). P. 547–556. DOI: 10.13187/me.2019.4.547.
 - 21.Pérez-Tornero J. M., Tayie S. Teacher training in media education: curriculum and international experiences. *Comunicar*. 2012. № 20(39). P. 10–14. DOI: 10.3916/C39-2012-02-00.
 - 22.Semenog O., Semenikhina O., Oleshko P., Prima R., Varava O., Pykaliuk R. Formation of Media Educational Skills of a Future Teacher in the Professional Training. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*. 2020. № 12(3). P. 219–245. DOI: 10.18662/rrem/12.3/319.
 - 23.Zhu S., Yang H.H., Wu D., Chen F. Investigating the Relationship Between Information Literacy and Social Media Competence Among University Students. *Journal of educational computing research*. 2021. № 0735633121997360. DOI: 10.1177/0735633121997360..

ДОДАТКИ

Додаток А

Опитувальник з самооцінки медіакомпетентності

Інструкція для респондента

Оцініть, будь ласка, рівень розвитку власних навичок медіакомпетентності за 10-бальною шкалою, де: 1 - навичка відсутня або розвинена мінімально 10 - навичка розвинена на найвищому рівні

I. Доступ до інформації

1. Технічні навички: Оцініть свою здатність ефективно використовувати різноманітні цифрові пристрої та платформи для пошуку інформації. _Оцінка (1-10): _____
2. Пошукові стратегії: Оцініть свою здатність формувати ефективні пошукові запити та використовувати різні методи для знаходження потрібної інформації. _Оцінка (1-10): _____
3. Різноманітність джерел: Оцініть, наскільки активно ви використовуєте різноманітні джерела для отримання інформації (не обмежуючись одним типом медіа). _Оцінка (1-10): _____
4. Робота з базами даних: Оцініть свою здатність знаходити та використовувати структуровані джерела інформації (бібліотечні каталоги, наукові бази даних тощо). _Оцінка (1-10): _____
5. Використання передових технологій: Оцініть свою здатність працювати з новими форматами медіа та інформаційними технологіями. _Оцінка (1-10): _____

II. Аналіз та оцінка контенту

6. Критичне мислення: Оцініть свою здатність піддавати сумніву та перевіряти інформацію перед тим, як прийняти її як достовірну. _Оцінка (1-10): _____
7. Розпізнавання фейків: Оцініть свою здатність ідентифікувати недостовірну або маніпулятивну інформацію. _Оцінка (1-10): _____
8. Перевірка джерел: Оцініть свою звичку перевіряти надійність та авторитетність джерел інформації. _Оцінка (1-10): _____
9. Аналіз візуального контенту: Оцініть свою здатність критично аналізувати фотографії, відео та інші візуальні матеріали. _Оцінка

(1-10): _____

10. Розуміння контексту: Оцініть свою здатність враховувати ширший контекст при оцінці інформації (історичний, соціальний, культурний). _Оцінка (1-10): _____

III. Створення контенту

11. Навички створення тексту: Оцініть свою здатність створювати чіткі, структуровані та переконливі письмові повідомлення. _Оцінка (1-10): _____

12. Мультимедійні навички: Оцініть свою здатність створювати контент у різних форматах (відео, аудіо, графіка). _Оцінка (1-10): _____

13. Цільова аудиторія: Оцініть свою здатність адаптувати повідомлення для різних аудиторій. _Оцінка (1-10): _____

14. Технічні засоби створення контенту: Оцініть свою здатність використовувати різноманітні інструменти для створення медіаконтенту. _Оцінка (1-10): _____

15. Креативність: Оцініть свою здатність генерувати оригінальні ідеї та підходи у створенні контенту. _Оцінка (1-10): _____

IV. Рефлексія

16. Самоаналіз медіаспоживання: Оцініть свою здатність аналізувати власні звички споживання інформації. _Оцінка (1-10): _____

17. Розуміння впливу медіа: Оцініть своє розуміння того, як медіа впливають на ваші погляди та переконання. _Оцінка (1-10): _____

18. Інформаційна дієта: Оцініть свою здатність свідомо контролювати обсяг та якість інформації, яку споживаєте. _Оцінка (1-10): _____

19. Виявлення власних упереджень: Оцініть свою здатність розпізнавати, як ваші переконання впливають на сприйняття інформації. _Оцінка (1-10): _____

20. Адаптивність: Оцініть свою готовність змінювати власні погляди під впливом нової перевіреної інформації. _Оцінка (1-10): _____

V. Соціальна відповідальність

21. Етичне поширення інформації: Оцініть свою схильність перевіряти інформацію перед тим, як поширити її іншим. _Оцінка (1-10): _____

22. Повага до приватності: Оцініть свою увагу до питань приватності та конфіденційності при роботі з інформацією. _Оцінка (1-10): _____

23. Дотримання авторських прав: Оцініть свою звичку посилатися на авторів та джерела при використанні чужої інформації. _Оцінка (1-10): _____

24. Протидія дезінформації: Оцініть свою активність у протидії поширенню недостовірної інформації у власному оточенні. _Оцінка (1-10): _____

25. Медіагігієна: Оцініть свою схильність підтримувати здорове інформаційне середовище (обмеження інформаційного шуму, боротьба з інфодемією тощо). _Оцінка (1-10): _____

Обрахунок результатів:

- **Доступ до інформації:** сума балів за питання 1-5 (максимум 50 балів)
- **Аналіз та оцінка контенту:** сума балів за питання 6-10 (максимум 50 балів)
- **Створення контенту:** сума балів за питання 11-15 (максимум 50 балів)
- **Рефлексія:** сума балів за питання 16-20 (максимум 50 балів)
- **Соціальна відповідальність:** сума балів за питання 21-25 (максимум 50 балів)
- **Загальний показник медіакомпетентності:** сума балів за всі питання (максимум 250 балів)

Інтерпретація результатів:

- **201-250 балів:** Високий рівень медіакомпетентності
- **151-200 балів:** Добрий рівень медіакомпетентності
- **101-150 балів:** Середній рівень медіакомпетентності
- **51-100 балів:** Низький рівень медіакомпетентності
- **0-50 балів:** Критично низький рівень медіакомпетентності

Додаток Б

Додаток Б. Матеріали тестових завдань з фактчекінгу**Завдання 1: Визначення фейкових новин**

Інструкція: Прочитайте кожне новинне повідомлення та визначте, чи містить воно ознаки недостовірної інформації. Обґрунтуйте свою відповідь, вказавши на конкретні маркери, що дозволяють ідентифікувати фейк.

Приклад 1:

ТЕРМІНОВО! Вчені підтвердили: знайдено ліки від усіх видів раку!

Група міжнародних дослідників з провідного наукового центру зробила революційне відкриття: універсальні ліки, що ефективно долають усі відомі види раку за 24 години. Дослідження, проведене протягом останнього року, продемонструвало 100% ефективність у лабораторних умовах. "Це найбільше медичне відкриття століття", - заявив головний дослідник. Фармацевтичні компанії намагаються приховати інформацію, оскільки це загрожує їхнім мільярдним прибуткам. **ПОШИРЮЙТЕ ЦЮ ІНФОРМАЦІЮ, ПОКИ ЇЇ НЕ ВИДАЛИЛИ!**

Приклад 2:

Нова соціальна програма: державна підтримка молодих сімей

Міністерство соціальної політики оголосило про запуск нової програми підтримки молодих сімей з дітьми. Відповідно до прес-релізу, опублікованого на офіційному сайті міністерства, програма передбачає щомісячні виплати у розмірі 2500 грн на кожну дитину віком до 6 років. Для отримання виплат батьки мають зареєструватися на порталі державних послуг та подати необхідні документи. Програма стартує з 1 вересня 2023 року, а подача заявок розпочнеться з 1 серпня. За словами міністра соціальної політики Марини Лазебної, на програму в бюджеті передбачено 4,7 млрд грн.

Приклад 3:

СЕНСАЦІЯ: Випромінювання від мобільних телефонів викликає мутацію генів!
 Сенсаційне дослідження таємного інституту довело, що випромінювання від мобільних телефонів змінює структуру ДНК і викликає невідомі раніше мутації. НЕВІДОМІ ЕКСПЕРТИ стверджують, що ДЕСЯТКИ ТИСЯЧ людей вже постраждали, але цю інформацію ретельно приховують. Усі провідні виробники техніки ЗНАЛИ про це роками, але продовжували випускати смертельно небезпечні пристрої. Єдиний спосіб захиститися – спеціальний захисний амулет, який можна придбати лише на сайті NaturalProtection.com. ПОШИРЮЙТЕ ЦЕ ПОВІДОМЛЕННЯ, ЩОБ ВРЯТУВАТИ СВОЇХ БЛИЗЬКИХ!!!

Завдання 2: Перевірка джерел інформації

Інструкція: Проаналізуйте наведені джерела інформації та оцініть їх надійність. Визначте, чи варто довіряти цим джерелам і чому.

Джерело 1:

Сайт "Здоров'я нації" (health-nation.info)

Про сайт: Інформаційний портал з питань здоров'я, заснований у 2021 році. Не містить інформації про редакцію та авторів статей. Публікує матеріали про "революційні" методи лікування, які "приховують офіційна медицина". Більшість матеріалів закінчується рекомендацією певних біодобавок та препаратів з посиланнями на інтернет-магазини. Відсутні посилання на наукові дослідження та експертні думки.

Джерело 2:

Науковий журнал "Медичні дослідження України" (mdukr.edu.ua)

Про джерело: Рецензований науковий журнал, що видається Національною академією медичних наук України з 1995 року. Має редакційну колегію з провідних науковців та лікарів. Публікує результати оригінальних досліджень, огляди літератури та клінічні випадки. Кожна стаття містить повний список літератури та

відомості про авторів, їхню афіліацію та контакти. Журнал індексується в міжнародних наукометричних базах даних.

Джерело 3:

Телеграм-канал "Інсайдерські новини" (t.me/inside_news_ua)

Про джерело: Анонімний канал, створений у 2022 році. Публікує "ексклюзивну інформацію з коридорів влади" без посилання на конкретні джерела. Часто використовує фрази: "з надійних джерел стало відомо", "за нашою інформацією", "як повідомив інсайдер". Не містить контактної інформації або даних про адміністраторів каналу. Публікації часто містять емоційно забарвлені заголовки та категоричні твердження.

Завдання 3: Розпізнавання маніпулятивних заголовків

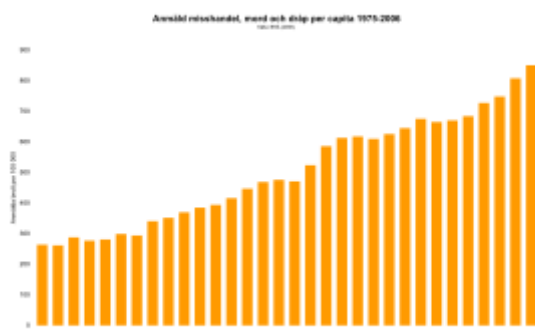
Інструкція: Прочитайте наведені заголовки новин та визначте, які з них містять ознаки маніпуляції. Обґрунтуйте свою відповідь та запропонуйте більш нейтральне формулювання для маніпулятивних заголовків.

1. "Вчені знайшли зв'язок між вживанням кави та зниженням ризику діабету"
2. "ШОКУЮЧА ПРАВДА: те, що кладуть у хліб, повільно вбиває всіх українців!"
3. "Міністерство освіти оголосило про зміни у правилах зарахування до університетів з 2023 року"
4. "Ви не повірите, який простий спосіб схуднути відкрили дієтологи! Фармацевти ненавидять цей метод!"
5. "За даними опитування, 52% респондентів підтримують запропоновану податкову реформу"
6. "Ця інформація змінить ваше життя: приголомшливе відкриття, яке приховують від суспільства!"

Завдання 4: Аналіз візуального контенту

Інструкція: Проаналізуйте наведені візуальні матеріали та визначте, чи містять вони ознаки маніпуляції або недостовірної інформації. Поясніть свою відповідь.

Візуальний матеріал 1:



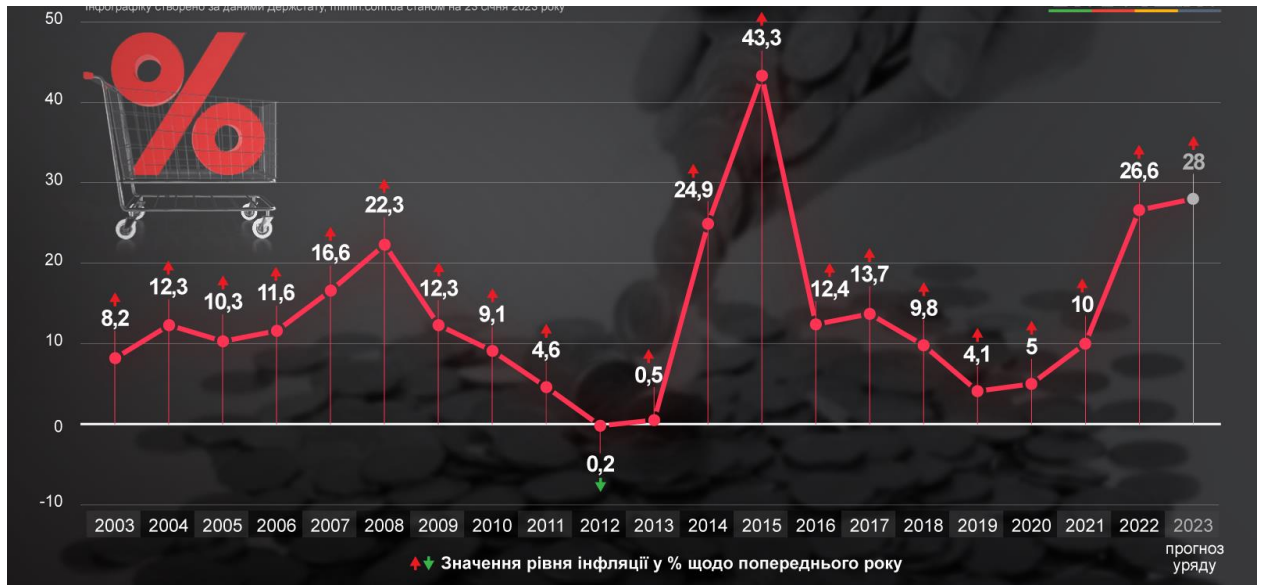
Підпис під графіком: "Катастрофічне зростання рівня злочинності за останні 5 років!"

Візуальний матеріал 2:



Підпис під фото: "Наслідки нової економічної політики уряду: порожні полиці в магазинах по всій країні!" [При цьому фото зроблене в одному конкретному магазині під час інвентаризації]

Візуальний матеріал 3:



Підпис під діаграмою: "Динаміка рівня інфляції в Україні (2013-2023)"

Завдання 5: Створення медіаповідомлення

Інструкція: На основі наведених даних створіть коротке, інформативне та збалансоване медіаповідомлення для соціальних мереж. Уникайте маніпуляцій, емоційних перебільшень та необґрунтованих тверджень.

Інформація для повідомлення:

- За даними Міністерства освіти і науки, кількість абітурієнтів у 2023 році зменшилася на 8% порівняно з 2022 роком.
- Найпопулярнішими спеціальностями серед вступників були: комп'ютерні науки (25% заяв), філологія (17%), медицина (15%), економіка (12%), право (10%).
- 65% абітурієнтів подали заяви на бюджетну форму навчання.

- Прогідні бали на бюджет у більшості університетів знизились на 5-10 пунктів.
- Представник МОН пояснив зменшення кількості вступників демографічною ситуацією та міграцією частини населення.
- Експерти з освіти прогнозують, що ця тенденція триватиме ще 2-3 роки, після чого кількість абітурієнтів почне зростати.

Додаток В. Рубрики оцінювання практичних завдань

1. Рубрика оцінювання завдання "Визначення фейкових новин" 2. Рубрика оцінювання завдання "Перевірка джерел інформації"

Критерій	Високий рівень (8-10 балів)	Середній рівень (5-7 балів)	Низький рівень (1-4 бали)
Ідентифікація маніпулятивних заголовків	Точно виявляє емоційно забарвлені заголовки, безпідставні узагальнення та перебільшення. Детально пояснює маніпулятивні прийоми.	Виявляє очевидні маніпулятивні заголовки, але може пропустити більш тонкі маніпуляції. Частково пояснює прийоми.	Розпізнає лише найбільш очевидні маніпуляції. Має труднощі з поясненням конкретних прийомів.
Аналіз достовірності джерел	Ретельно перевіряє авторитетність джерела, репутацію автора, наявність посилань на первинні дані. Порівнює інформацію з іншими джерелами.	Звертає увагу на джерело інформації, але не проводить глибокого аналізу його надійності. Обмежено перевіряє інформацію.	Майже не звертає уваги на джерело інформації. Не порівнює інформацію з іншими джерелами.
Виявлення емоційних маніпуляцій	Успішно ідентифікує апеляцію до страху, обурення, сенсаційності. Пояснює, як емоційні тригери використовуються для відволікання від критичного мислення.	Розпізнає явні емоційні маніпуляції, але може піддаватися впливу тонших прийомів. Частково розуміє мету таких прийомів.	Часто піддається впливу емоційних маніпуляцій. Не розрізняє інформативний та емоційний компоненти повідомлення.
Перевірка фактологічної бази	Систематично відділяє факти від припущень. Перевіряє	Розрізняє явні факти та припущення, але не завжди перевіряє їх достовірність.	Має труднощі з розрізненням фактів і припущень. Рідко ставить під сумнів

	твердження на логічність та відповідність науковим знанням. Виявляє необґрунтовані твердження.	Приймає деякі сумнівні твердження без критики.	наведені "факти".
Аналіз контексту	Враховує ширший контекст повідомлення, його мету, цільову аудиторію та потенційні наслідки. Розуміє, кому вигідне поширення цієї інформації.	Частково враховує контекст повідомлення. Має обмежене розуміння потенційних мотивів та наслідків.	Розглядає інформацію ізольовано, без урахування контексту. Не аналізує мотиви та можливі наслідки.

2. Рубрика оцінювання завдання "Перевірка джерел інформації"

Критерій	Високий рівень (8-10 балів)	Середній рівень (5-7 балів)	Низький рівень (1-4 бали)
Аналіз авторства	Детально досліджує інформацію про авторів, їхню компетентність, репутацію та можливі конфлікти інтересів.	Звертає увагу на наявність інформації про авторів, але не проводить глибокого аналізу їхньої компетентності.	Майже не приділяє уваги питанню авторства. Не розглядає кваліфікацію та мотивацію авторів.
Оцінка первинних джерел	Завжди перевіряє наявність посилань на первинні джерела даних. Аналізує якість цих джерел та їхню відповідність твердженням.	Звертає увагу на наявність посилань, але не завжди перевіряє їхню якість та релевантність.	Не надає значення посиланням на первинні джерела. Не перевіряє відповідність посилань твердженням.
Аналіз репутації медіа	Систематично досліджує репутацію, історію та власників медіа. Враховує попередні випадки поширення недостовірної інформації.	Має загальне уявлення про репутацію основних медіа, але не проводить глибокого аналізу.	Не приділяє уваги репутації джерела. Не розрізняє авторитетні та неавторитетні джерела.

Виявлення упередженості	Успішно ідентифікує ознаки політичної, ідеологічної чи комерційної упередженості джерела. Розуміє вплив упередженості на контент.	Розпізнає явні ознаки упередженості, але може не помічати тонших проявів. Частково розуміє вплив на контент.	Має труднощі з виявленням упередженості. Не розуміє, як упередженість впливає на подачу інформації.
Порівняння з іншими джерелами	Систематично перевіряє інформацію у кількох незалежних джерелах. Аналізує розбіжності та їхні можливі причини.	Іноді перевіряє інформацію в альтернативних джерелах, але не завжди аналізує розбіжності.	Рідко звертається до альтернативних джерел для перевірки інформації.

3. Рубрика оцінювання завдання "Розпізнавання маніпулятивних заголовків"

Критерій	Високий рівень (8-10 балів)	Середній рівень (5-7 балів)	Низький рівень (1-4 бали)
Виявлення емоційно забарвленої лексики	Точно ідентифікує слова з сильним емоційним забарвленням та розуміє їхній вплив на сприйняття. Пропонує нейтральні альтернативи.	Розпізнає явно емоційну лексику, але може пропускати слова з помірним емоційним забарвленням.	Має труднощі з виявленням емоційно забарвленої лексики. Часто сприймає емоційні твердження як нейтральні.
Розпізнавання клікбейтів	Успішно виявляє заголовки, що містять перебільшення, недовомовки або обіцянки сенсацій для приваблення уваги.	Розпізнає очевидні клікбейти, але може піддаватися впливу більш витончених формулювань.	Часто піддається впливу клікбейт-заголовків. Не розуміє їхньої маніпулятивної природи.
Аналіз відповідності заголовок і змісту	Ретельно перевіряє, чи відображає заголовок основний зміст матеріалу без викривлень. Виявляє заголовки, що вводять в оману.	Звертає увагу на відповідність заголовка змісту, але може пропускати певні невідповідності.	Рідко аналізує відповідність заголовка і змісту. Часто приймає викривлені формулювання.

Виявлення узагальнень та перебільшень	Успішно ідентифікує безпідставні узагальнення, перебільшення та абсолютизацію в заголовках.	Розпізнає очевидні перебільшення, але може не помічати помірних узагальнень.	Має труднощі з виявленням узагальнень та перебільшень. Сприймає їх як достовірні твердження.
Якість альтернативних формулювань	Пропонує чіткі, інформативні та нейтральні альтернативи для маніпулятивних заголовків, що точно відображають суть.	Пропонує альтернативні формулювання, але вони можуть зберігати елементи упередженості або бути недостатньо інформативними.	Має труднощі з формулюванням нейтральних альтернатив. Пропоновані варіанти часто зберігають маніпулятивні елементи.

4. Рубрика оцінювання завдання "Аналіз візуального контенту"

Критерій	Високий рівень (8-10 балів)	Середній рівень (5-7 балів)	Низький рівень (1-4 бали)
Аналіз контексту зображення	Детально досліджує походження, час та місце створення зображення. Розуміє, як вилучення з контексту може змінювати сприйняття.	Звертає увагу на контекст зображення, але проводить обмежений аналіз його походження та обставин створення.	Рідко аналізує контекст зображення. Сприймає візуальний контент безвідносно до обставин його створення.
Виявлення візуальних маніпуляцій	Успішно ідентифікує різні типи візуальних маніпуляцій: обрізання, маніпулювання масштабом, вибіркоче використання даних на графіках тощо.	Розпізнає очевидні візуальні маніпуляції, але має труднощі з виявленням тонших прийомів.	Рідко помічає візуальні маніпуляції. Сприймає візуальний контент без критичного аналізу.
Аналіз співвідношення зображення і тексту	Ретельно аналізує, чи відповідає зображення супровідному тексту. Виявляє випадки, коли текст надає зображенню маніпулятивного контексту.	Звертає увагу на відповідність зображення і тексту, але може пропускати тонкі невідповідності.	Рідко аналізує взаємозв'язок між зображенням і текстом. Часто сприймає їх окремо.

Перевірка автентичності зображення	Систематично перевіряє автентичність зображення, шукає ознаки редагування, монтажу або використання штучного інтелекту.	Розуміє можливість маніпуляцій із зображеннями, але має обмежені навички виявлення таких маніпуляцій.	Має мінімальні навички перевірки автентичності зображення. Часто приймає редаговані зображення за автентичні.
Інтерпретація графіків і діаграм	Критично аналізує представлення даних у графіках та діаграмах, звертає увагу на масштаб, відбір даних, вибіркоку візуалізацію.	Здатний читати графіки та діаграми, але не завжди критично аналізує спосіб представлення даних.	Має труднощі з інтерпретацією графіків та діаграм. Не помічає маніпуляцій із представленням даних.

5. Рубрика оцінювання завдання "Створення медіаповідомлення"

Критерій	Високий рівень (8-10 балів)	Середній рівень (5-7 балів)	Низький рівень (1-4 бали)
Фактологічна точність	Повідомлення містить точні факти без викривлень. Цифри та дані наведені коректно. Не містить необґрунтованих тверджень.	Повідомлення загалом точне, але може містити незначні неточності або упущення. Більшість тверджень обґрунтовані.	Повідомлення містить фактичні помилки або значні упущення. Містить необґрунтовані твердження.
Баланс та об'єктивність	Представляє різні перспективи та точки зору. Уникає упередженості та емоційних оцінок. Надає контекст для розуміння інформації.	Намагається бути об'єктивним, але може надавати перевагу певній точці зору. Контекст представлений частково.	Містить очевидну упередженість. Представляє односторонній погляд без належного контексту.
Структурованість інформації	Інформація представлена логічно та структуровано. Важливі факти виділені. Послідовність викладу сприяє розумінню.	Інформація структурована, але можуть бути незначні логічні неузгодженості. Не всі важливі факти виділені.	Інформація представлена хаотично. Відсутня логічна структура. Важко виділити головне.

Мовна нейтральність	Використовує нейтральну мову без емоційно забарвлених слів і висловів. Уникає оціночних суджень та перебільшень.	Переважно використовує нейтральну мову, але іноді вживає емоційно забарвлені слова. Містить окремі оціночні судження.	Використовує емоційно забарвлену лексику та оціночні судження. Містить перебільшення та апеляцію до емоцій.
Інформативність та лаконічність	Повідомлення містить всю важливу інформацію, при цьому є лаконічним. Немає зайвих деталей, що відволікають від основного змісту.	Повідомлення містить основну інформацію, але може включати деякі неважливі деталі або, навпаки, упускати окремі важливі аспекти.	Повідомлення або переобтяжене несуттєвими деталями, або не містить важливої інформації. Незбалансоване за обсягом та змістом.

Загальна система оцінювання практичних завдань

Визначення рівня медіакомпетентності за результатами практичних завдань:

Тип завдання	Максимальний бал	Вага у загальній оцінці
Визначення фейкових новин	50 (5 критеріїв × 10 балів)	20%
Перевірка джерел інформації	50 (5 критеріїв × 10 балів)	20%
Розпізнавання маніпулятивних заголовків	50 (5 критеріїв × 10 балів)	20%
Аналіз візуального контенту	50 (5 критеріїв × 10 балів)	20%
Створення медіаповідомлення	50 (5 критеріїв × 10 балів)	20%
Загальний максимальний бал	250	100%

Інтерпретація результатів:

Діапазон балів	Рівень медіакомпетентності	Опис
201-250	Високий	Демонструє глибокі навички критичного аналізу різних типів медіаконтенту. Систематично перевіряє інформацію, виявляє маніпуляції та упередженість. Створює якісний, збалансований контент.
151-200	Достатній	Має сформовані навички роботи з медіаконтентом. Зазвичай розпізнає очевидні маніпуляції та перевіряє важливу інформацію. Потребує вдосконалення специфічних навичок.
101-150	Середній	Демонструє базові навички медіаграмотності. Розпізнає явні маніпуляції, але часто піддається впливу тонших прийомів. Потребує розвитку критичного мислення.
51-100	Низький	Має обмежені навички критичного аналізу медіаконтенту. Часто не розпізнає маніпуляції та приймає інформацію без належної перевірки.
0-50	Критично низький	Демонструє мінімальні навички медіаграмотності. Потребує фундаментального навчання базовим принципам роботи з інформацією.

Додаток Г. Демографічна анкета

Інструкція

Будь ласка, заповніть цю анкету. Надана інформація буде використовуватися виключно для наукових цілей та для аналізу результатів дослідження. Усі дані будуть оброблятися анонімно.

1. Загальна інформація

1.1. Стать:

- Жіноча
- Чоловіча
- Інше/Не бажаю вказувати

1.2. Вік:

- 18-24 роки
- 25-34 роки
- 35-44 роки
- 45-55 років
- 56 років і старше

1.3. Найвищий здобутий рівень освіти:

- Середня освіта
- Професійно-технічна освіта
- Неповна вища освіта (бакалавр без диплому)
- Вища освіта (бакалавр, магістр, спеціаліст)
- Науковий ступінь (кандидат/доктор наук, PhD)

1.4. Професійна сфера діяльності:

- IT та технології
- Освіта та наука
- Медіа та комунікації
- Державна служба та адміністрування
- Медицина та охорона здоров'я
- Сфера послуг та торгівля
- Виробництво та промисловість
- Мистецтво та творчість
- Студент
- Не працюю / На пенсії
- Інше (вказіть): _____

2. Медіаспоживання

2.1. Скільки часу щодня в середньому Ви витрачаєте на споживання медіаконтенту (читання новин, перегляд відео, соціальні мережі тощо)?

- Менше 1 години
- 1-3 години
- 3-5 годин
- Більше 5 годин

2.2. Якими пристроями Ви користуєтеся для доступу до інформації? (можна обрати кілька відповідей)

- Смартфон
- Планшет
- Ноутбук/комп'ютер
- Телевізор
- Радіо
- Інше (вказіть): _____

2.3. Які джерела інформації Ви використовуєте найчастіше? (можна обрати до 3 варіантів)

- Соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter тощо)
- Месенджери (Telegram, Viber, WhatsApp тощо)
- Новинні сайти
- Телебачення
- Радіо
- Друковані видання (газети, журнали)
- YouTube та відеоплатформи
- Подкасти
- Інше (вказіть): _____

2.4. Вкажіть 2-3 конкретні медіаресурси, які Ви використовуєте найчастіше для отримання новин та інформації:

2.5. Як часто Ви перевіряєте інформацію, отриману з одного джерела, в інших джерелах?

- Завжди перевіряю
- Часто перевіряю
- Іноді перевіряю
- Рідко перевіряю
- Ніколи не перевіряю

3. Медіадосвід та навички

3.1. Чи доводилося Вам створювати власний контент для публічного поширення? (можна обрати кілька відповідей)

- Так, в соціальних мережах

- Так, на власному сайті/блогі
- Так, для місцевих/національних медіа
- Так, для професійних цілей (звіти, презентації тощо)
- Ні, не створював/ла

3.2. Чи проходили Ви коли-небудь навчання з медіаграмотності або критичного мислення?

- Так, формальне навчання (курси, семінари, тренінги)
- Так, самоосвіта (книги, онлайн-курси тощо)
- Ні, але хотів/ла би пройти
- Ні, не вважаю це необхідним

3.3. Оцініть свій рівень знань та навичок у наступних сферах (де 1 – дуже низький рівень, 5 – дуже високий рівень):

Сфера	1	2	3	4	5
Пошук інформації в інтернеті	☐	☐	☐	☐	☐
Критичний аналіз медіаконтенту	☐	☐	☐	☐	☐
Розпізнавання фейкових новин	☐	☐	☐	☐	☐
Перевірка достовірності джерел	☐	☐	☐	☐	☐
Створення власного контенту	☐	☐	☐	☐	☐

3.4. Чи зіштовхувалися Ви особисто з дезінформацією, яку потім виявили?

- Так, часто
- Так, кілька разів
- Важко сказати
- Ні, ніколи
- Не звертав/ла уваги

3.5. Як Ви реагуєте, коли виявляєте недостовірну інформацію? (можна обрати кілька варіантів)

- Повідомляю про це в коментарях/відповідях
- Роблю репост/поширюю спростування
- Звертаюся до адміністрації ресурсу
- Повідомляю знайомим, які могли бачити цю інформацію
- Ніяк не реагую
- Інше (вказіть): _____

4. Додаткова інформація

4.1. Ваше місце проживання:

- Велике місто (понад 500 тис. жителів)
- Середнє місто (100-500 тис. жителів)
- Невелике місто (до 100 тис. жителів)
- Селище міського типу
- Село

4.2. Якою мовою переважно Ви споживаєте медіаконтент? (можна обрати кілька варіантів)

- Українською
- Російською
- Англійською
- Іншою (вказіть): _____

4.3. Чи вважаєте Ви, що рівень Вашої медіаграмотності потребує вдосконалення?

- Так, значного вдосконалення
- Так, незначного вдосконалення
- Ні, мій рівень достатній
- Важко відповісти

4.4. Чи хотіли б Ви отримати результати нашого дослідження щодо медіакомпетентності?

- Так (вказіть електронну пошту): _____
- Ні

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на тему «Фактчекінг як складова медіакомпетентності користувачів цифрових медіа» присвячена дослідженню фактчекінгу як невід'ємного компоненту медіакомпетентності сучасної людини в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та інформаційного простору. У роботі вивчено питання ефективності застосування методів фактчекінгу для критичного оцінювання інформації та протидії дезінформації в цифровому середовищі.

Об'єктом дослідження виступає медіакомпетентність користувачів цифрових медіа. Предметом – фактчекінг як інструмент формування медіакомпетентності користувачів цифрових медіа. Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних і практичних аспектів використання фактчекінгу для підвищення рівня медіакомпетентності та критичного мислення споживачів інформації в цифровому просторі.

Аналіз джерельної бази дозволив: 1) надати опорні визначення поняттям фактчекінг, медіакомпетентність, цифрові медіа та 2) систематизувати основні методи верифікації інформації. Результатом аналізу також є виокремлення найбільш ефективних практик фактчекінгу в діяльності провідних українських та міжнародних організацій, а також виявлення найпоширеніших типів дезінформації в сучасному цифровому просторі. Дані напрацювання зможуть стати у нагоді для подальших досліджень зі вказаної теми.

У роботі використовувалася емпірична база, отримана шляхом проведення онлайн-опитування та експериментального дослідження. Кількість респондентів склала 30 осіб. Дослідження презентує здобутки впровадження освітньої програми з фактчекінгу для підвищення медіаграмотності студентів різних спеціальностей. На основі отриманих результатів були сформовані рекомендації щодо інтеграції технік фактчекінгу

в освітні програми вищих навчальних закладів та інформаційну політику медіаорганізацій.

Ключові слова: фактчекинг, медіакомпетентність, цифрові медіа, дезінформація, верифікація інформації, медіаграмотність, критичне мислення.

ANNOTATION

The thesis "Fact-checking as a component of media competence of digital media users" is devoted to the study of fact-checking as an integral component of media competence of modern people in the context of rapid development of digital technologies and information space. The paper examines the effectiveness of fact-checking methods for critical evaluation of information and countering disinformation in the digital environment.

The object of the research is the media competence of digital media users. The subject is fact-checking as a tool for developing media competence of digital media users. The purpose of the qualification work is to study the theoretical and practical aspects of using fact-checking to increase the level of media competence and critical thinking of information consumers in the digital space.

Analysis of the source base allowed: 1) to provide basic definitions of fact-checking, media competence, digital media, and 2) to systematize the main methods of information verification. The result of the analysis is also the identification of the most effective fact-checking practices in the activities of leading Ukrainian and international organizations, as well as the identification of the most common types of disinformation in the modern digital space. These developments can be useful for further research on this topic.

The empirical base used in the research was obtained through online surveys and experimental research. The number of respondents was 30 people. The study presents the achievements of implementing an educational fact-checking program to improve media literacy of students from various specialties. Based on the results obtained, recommendations were formed regarding the integration of fact-checking techniques into the educational programs of higher educational institutions and the information policy of media organizations.

Keywords: fact-checking, media competence, digital media, disinformation, information verification, media literacy, critical thinking.