

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики  
Кафедра журналістики та нових медіа

**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ ТРЕНІНГУ  
З МЕДІАГРАМОТНОСТІ: НА ПРИКЛАДІ ТРЕНІНГУ  
ДЛЯ ЖУРНАЛІСТІВ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА «ВАРТОВІ ПРАВДИ»  
ВІД ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА»**

здобувача першого (бакалаврського)  
рівня вищої освіти  
групи ЖУРб-1-21-4.0д.  
галузі знань 06 Журналістика  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми 061.00.01  
журналістика  
Іщука Антона Михайловича

Використання чужих ідей,  
результатів і текстів  
мають посилання на відповідне  
джерело

Науковий керівник:  
Харченко О.С.,  
доцент, кандидат політичних наук

\_\_\_\_\_  
(підпис студента)(ініціали, прізвище)

Розширена шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

\_\_\_\_\_  
І.В. Погребняк,

Завідувач кафедри журналістики та нових  
медіа

\_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії

\_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

м.Київ – 2025 рік

## ЗМІСТ

|                                                                                       |                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА .....</b>                                                  | <b>3</b>                        |
| 1.1. Обґрунтування актуальності проєкту. ....                                         | 3                               |
| 1.2. Мета і завдання кваліфікаційної роботи. ....                                     | 5                               |
| 1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку. ....                                 | 6                               |
| <b>II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «ТРЕНІНГ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ<br/>«ВАРТОВІ ПРАВДИ».....</b> | <b>7</b>                        |
| 2.1. Теоретико-методологічні засади.....                                              | 7                               |
| 2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту .....                                        | 8                               |
| 2.3. Контент та засоби виразності .....                                               | 8                               |
| 2.4. Технічні й програмні засоби.....                                                 | 14                              |
| 2.5. Сфера застосування та результати апробації.....                                  | Помилка! Закладку не визначено. |
| 2.6. Висновки .....                                                                   | 17                              |
| <b>III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>                                      | <b>19</b>                       |
| <b>IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ .....</b>                                                         | <b>22</b>                       |
| <b>V. АНОТАЦІЯ .....</b>                                                              | <b>33</b>                       |

## I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### 1.1 Обґрунтування актуальності проєкту

У сучасному інформаційному просторі, де дезінформація, пропаганда та фейкові новини стають інструментами гібридної війни, медіа та інформаційна грамотність є критично важливою для журналістів, особливо регіональних медіа, які часто працюють у складних умовах з обмеженими ресурсами. Війна в Україні, яка триває з 2014 року і посилилася після повномасштабного вторгнення 2022 року, підкреслила необхідність розвитку навичок критичного мислення, перевірки фактів та етичного висвітлення подій. За даними ГО «Детектор медіа», понад 60 % українців відзначають актуальність проблеми маніпуляції, щоправда послуговується пошуком посилань на джерела лише 43% [1 с.46 с.51], що особливо впливає на регіональні аудиторії, які часто мають менший доступ до якісних джерел інформації.

Російські спецслужби активно використовують штучний інтелект для проведення інформаційно-психологічних операцій (ІПсО) проти України, що знаменує новий етап гібридної війни. Яскравим прикладом є створення дідфейку Президента України Володимира Зеленського на початку повномасштабного вторгнення у 2022 році, спрямованого на поширення паніки та дезінформації серед українців [2]. Держава-агресор розвинула складну систему, що об'єднує державні структури, спецслужби, підконтрольні медіа та приватні компанії, які спільно забезпечують масштабну цифрову маніпуляцію як в Україні, так і в Європі [3].

Проєкт «Вартові правди», організований ГО «Детектор медіа» та втілений протягом грудня 2024 по лютий 2025-го року, спрямований на підготовку журналістів локальних медіа, для поширення знань з медіа та інформаційної грамотності у власних регіонах, для відбиття подальших інформаційних загроз.

Додано примітку [КО1]: Посилання оформлюються таким чином: [1 с.10], де 1 порядок джерела, с.10 (як приклад) - сторінка чи сторінки. Відсутність сторінок допускається тільки якщо посилання на сторінки в інтернеті чи узагальнений огляд джерела. У випадку звітів де конкретні сторінки є (PDF) - мають бути сторінки.

До тренінгу були долучені журналісти Миколаївської, Одеської, Сумської, Харківської, Дніпропетровської та Запорізької областей.

Протягом триденного заходу в Києві журналісти отримали методичні рекомендації та настанови як говорити з дітьми шкільного віку про фейки, дезінформацію та інформаційні виклики під час війни, вплив штучного інтелекту та його загрози, а також цифрову безпеку. Актуальність тренінгу посилюється тим, що війна впливає не лише на дорослих, а й на дітей, які зазнають значних психологічних травм від медіа-контенту про війну та не мають достатніх навичок та знань, аби перевіряти достовірність інформації в соцмережах та на інших платформах. Згідно результатів опитування, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг», майже кожен п'ятий респондент зазначив про погіршення успішності навчання дитини та зниження якості навчального процесу, такі проблеми здебільшого виявилися серед мешканців прифронтових та деокупованих територій. [4 с.22-24].

Результати аналізу онлайн-лекцій з медіаграмотності, які провели журналісти локальних медіа показали, що курс мав високий рівень залученості, адже 70% учасників завершили навчання, що є хорошим показником утримання аудиторії. За результатами аналізу ГО «Детектор медіа», основну аудиторію лекцій склали підлітки 14-16 років [5], які найбільше зацікавлені у подібних навчальних програмах. Аналіз відповідей виявив, що головним викликом для слухачів залишається розпізнавання фейкових новин.

За результатами проекту «Вартові правди», така концепція просвітництва медіа та інформаційної грамотності для молодшої аудиторії, спонукає суспільство актуалізувати дискусію про важливість навчання медіагігієни у закладах освіти.

## 1.2. Мета і завдання роботи кваліфікаційної роботи

Мета кваліфікаційної роботи – описати процес створення контент-плану, для проєкту «Вартові правди», вибір форматів аудіо та візуального контенту, а також платформ для просування.

Поставлена мета передбачає вирішення наступних завдань:

- дослідити теоретичні засади створення контенту для тренінгів із медіаграмотності, зокрема принципи комунікативного процесу та методи подачі інформації.
- проаналізувати досвід ГО «Детектор медіа» у створенні контенту для тренінгу «Вартові правди», включно структуру, формати та засоби виразності.
- визначити цільову аудиторію проєкту та її потреби у контексті медіаграмотності, а також оцінити ефективність застосованих методів створення контенту на основі відгуків учасників тренінгу та їхньої подальшої діяльності.

Проєкт «Вартові правди» отримав окрему промоцію в соціальних мережах (Інстаграм, Тік-Ток, Фейсбук), текстовий матеріал на сайті онлайн-видання «Детектор медіа», а також окремі згадки та матеріали на сайтах локальних онлайн-медіа: «Гард.City», Ресурсний центр «ГУРТ», «Цукр», тощо.

За результатами проєкту було записано дві серії подкасту про медіаіндустрію «Медіуми» виробництва онлайн-видання «Детектор медіа». Гостями подкасту стали Анастасія Шуплат, освітня дизайнерка, лекторка проєкту «Вартові правди», а також Олександра Аксененко, редакторка видання «Трибуна.Суми».

Додатково, у рамках кваліфікаційної роботи було здійснено аналіз викликів, пов'язаних із адаптацією матеріалу до різних платформ і аудиторій, зокрема врахування особливостей сприйняття інформації молоддю (школярами)

Додано примітку [KO2]: Має бути один стиль по тексту - краще англ мовою

та журналістами, які брали участь у тренінгах. Особлива увага приділялася створенню інтерактивних форматів, таких як короткі відеоролики (рилз) у Тікток та Інстаграм, які мали на меті залучити молодіжну аудиторію через динамічний і візуально привабливий контент.

Таким чином, кваліфікаційна робота не лише описує процес створення контенту для проєкту «Вартові правди», але й пропонує практичні рекомендації для створення ефективних медіаграмотних матеріалів, які можуть бути застосовані в інших освітніх ініціативах.

### 1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

У рамках створення та реалізації задуму тренінгових днів проєкту «Вартові правди», а також контенту для публікації на платформах, було здійснено декілька методів творчого пошуку.

Один із методів передбачає колективне генерування ідей без їх попередньої оцінки чи критики, що дозволяє зібрати широкий спектр пропозицій для подальшого аналізу. Мозковий штурм у команді проєкту допоміг у визначенні чіткої мети, наприклад, як ефективно подати інформацію про тренінг аудиторії на доступних платформах, які візуальні елементи слід використати, якого формату дотримуватися та які кольори використовувати.

Інший метод – аналогії, спрямований на вдосконалення наявних ідей чи матеріалів шляхом їх модифікації за кількома напрямками: заміна, комбінування, адаптація, зміна, використання в іншій ролі, виключення або зміна порядку. Цей метод допоміг знайти схожі референси проєктів та вповні адаптувати їх для власного продукту.

Додано примітку [КОЗ]: Необхідно хоча б у загальних речах додати. Наприклад, Ви згадували контент-аналіз нижче, але очевидно було використано кілька методів

## II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «ТРЕНІНГ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ «ВАРТОВІ ПРАВДИ»

### 2.1. Теоретико-методологічні засади

Медіа та інформаційна грамотність є ключовим елементом сучасної журналістики, особливо в умовах війни. У 2008 році Європейський парламент прийняв резолюцію щодо медіаграмотності в цифрову епоху, наголосивши, що медіаграмотність є ключовим компонентом інформаційної політики. Вона має бути доступною для всіх груп населення протягом усього життя, сприяючи практичному та творчому використанню медіа [6].

Одним із ключових елементів є розвиток критичного мислення як основної компетенції, що дозволяє людям розпізнавати маніпуляції, фейки, пропаганду та інші форми інформаційного впливу. Водночас велику увагу приділяють медіапсихології — розумінню того, як сприймається інформація залежно від віку, досвіду, інформаційних звичок та соціального контексту.

Медіаосвіта в Україні активно інтегрується в освітній процес, зокрема через шкільні програми. Водночас, незважаючи на прогрес, брак системного підходу до впровадження медіаосвіти залишається проблемою. В Україні, до прикладу, досі не створено національної стратегії медіаосвіти [7], що ускладнює координацію зусиль між державними інституціями, громадськими організаціями та освітніми закладами. Це свідчить про необхідність чіткої державної політики, яка б забезпечила системне впровадження медіаграмотності на всіх рівнях освіти.

Громадські організації відіграють значну роль у просуванні медіаосвіти в Україні, компенсуючи прогалини в державній політиці. Такі ініціативи, як проєкти «Фільтр» від Міністерства культури та інформаційної політики України та «СтопФейк» від однойменної організації, стали важливими платформами для навчання громадян розпізнавати дезінформацію та перевіряти факти. Наприклад, «Фільтр» пропонує методичні посібники, інтерактивні ігри та відеоматеріали,

Додано примітку [КО4]: Ідеально було б додати огляд науково-методичної літератури з проблематики, присвяченої тренінгам із медіаграмотності. Наприклад, інші тренінги чи стратегію медіаграмотності МКСК, тощо. Коли робите огляд, було б добре згадати чи роботи, чи прізвище акторів

Додано примітку [КО5]: Перевірте чи всюди однакові символи

спрямовані на підвищення рівня медіаграмотності молоді, тоді як «СтопФейк» зосереджується на аналізі та спростуванні пропагандистських наративів, зокрема тих, що стосуються війни.

Незважаючи на досягнення, медіаосвіта в Україні стикається з низкою викликів. По-перше, брак фінансування обмежує масштабування проєктів та їхній доступ до віддалених регіонів. До прикладу, зупинка фінансування USAID (Агенство США з міжнародного розвитку) у січні 2025-го створила виклик більшості організацій, які залежали від цього донора та займалися просуванням медіа та інформаційної грамотності в Україні [8 с.4].

По-друге, відсутність національної стратегії медіаосвіти ускладнює координацію між державними органами, громадськими організаціями та освітніми установами. По-третє, виникає необхідність більшої кількості підготовлених викладачів, які б могли ефективно впроваджувати медіаграмотність у школах і громадах.

Таким чином, медіа та інформаційна грамотність стає вкрай актуальною з огляду на постійні атаки РФ на український інфопростір. Частішими стали атаки держави-агресори з використанням технології штучного інтелекту зокрема дипфейків, які потенційно несуть загрозу державній безпеці [9]. Крім того, використання цифрових платформ і сучасних форматів контенту, таких як короткі відео та подкасти, відповідає потребам молодіжної аудиторії, що є важливим для залучення нових поколінь до медіаосвіти.

## 2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту

Проєкт охопив основні платформи для публікації контенту на офіційних сторінках онлайн-видання «Детектор медіа» (Інстаграм, Фейсбук, Тік-ток). Протягом грудня 2024 та січня 2025 було створено та опубліковано 13 відео рилз середнім хронометражем до 2 хвилин. Серед іншого контенту, окреме місце на платформах отримали дописи, яких було опубліковано 4.

Додано примітку [K06]: Але є стратегія з розвитку медіаграмотності <https://filter.mkp.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/the-strategy-of-the-ministry-of-culture-and-information-policy-of-ukraine-for-media-literacy-development-until-2026.pdf>

Додано примітку [K07]: Це в інший номер розділу

Додано примітку [K08]: 2.4. Технічні й програмні засоби

Додано примітку [K09]: Хвилин - перевірте чи немає незвичних скорочень

Під час тренінгу у Києві в грудні 2024-го, на локації, де проводився захід «Вартові правди» було розгорнуто окреме місце для фільмування учасників та лекторів.

Стратегія контенту для тренінгових днів полягала в оперативному створенні коротких відео хронометражем до 2 хвилин з висвітленням основних подій дня заходу, а також його лекторів та учасників [Додаток В].

За результатами роботи було зафільмовано 6 відео [Додаток Г], хронометражем до 1 хвилини з лекторами заходу: Оксаною Романюк, Вадимом Міським, Павлом Белоусовим, Наталією Лигачовою, Галиною Петренко, Олександром Пирожковим. Медіаексперти у відео відповідали на питання про ризики дезінформації, загрози для користувачів у цифровому просторі, а також про те як залишатися медіа та інформаційно грамотним.

У фільмуванні відео для соцмереж взяли участь 18 учасників тренінгу, які відповідали на питання про власні враження від тренінгу, а також очікування від майбутньої викладацької діяльності. На основі цього було створено 2 тематичних відео для соціальних мереж «Детектор медіа» [Додаток Г].

«Детектор медіа» опублікував текстовий матеріал «Вартові правди»: регіональні журналісти стали наставниками з медіаграмотності для школярів». У матеріалі описується мета проєкту, додаються коментарі лекторів заходу та учасників ініціативи [Додаток Є].

Під час другого етапу проєкту «Вартові правди» у соціальних мережах було опубліковано 3 дописи про відгуки учасників тренінгу в процесі викладацької діяльності. Візуальна складова дописів була доповнена серією фотографією з закладів освіти, де викладали журналісти локальних медіа.

Насамкінець результатом роботи проєкту у соціальних мережах, став допис про результати тренінгу у цифрах. Мова насамперед про кількість

Додано примітку [КО10]: Перевірте чи всюди є крапки

Додано примітку [ІА11R10]:

учасників проєкту, навчальних заходів в рамках тренінгу, кількість годин лекцій в школах про медіа та інформаційну грамотність, тощо.

### Цільова аудиторія медіапроєкту

Цільова аудиторія тренінгу «Вартові правди» від ГО «Детектор медіа» — журналісти та медіафахівці регіональних медіа, які працюють у прифронтових регіонах України, а також люди, які цікавляться медіаграмотністю та прагнуть розвивати власні навички у цій сфері. Люди віком від 25 до 50 років (працівники сфери медіа, журналісти).

Це дорослі професіонали медіасфери, віком зазвичай від 25 до 50 років, які мають досвід у журналістиці, редакторській роботі чи інших напрямках медіа, а також особи, які хочуть бути медіаграмотними, розуміти принципи роботи з інформацією та протидіяти дезінформації. Тренінг спрямований на розвиток навичок викладання медіаграмотності в школах, щоб формувати критичне мислення у школярів, які зростають в умовах інформаційного тиску. Учасники отримують знання про боротьбу з фейками, дезінформацію, цифрову грамотність та методи роботи з підлітками через інтерактивні та неklasичні формати навчання.

### 2.3. Контент та засоби виразності

Усі матеріали створені в рамках проєкту отримали фірмовий логотип «Вартові правди», колір якого змінюється для різних видів контенту в залежності від фонових зображень. Також, на кожному кінцевому продукті фігурує логотип онлайн-видання «Детектор медіа».

У рамках підготовки реалізації проєкту, було створено контент-план. У документі подано референси, а також розписано основні методи комунікації з аудиторією на платформах [Додаток А]. План охоплює як етапи безпосереднього проведення тренінгів для школярів, так і подальшу інформаційну кампанію, що реалізується запрошеними журналістами локальних медіа.

Додано примітку [KO12]: Це аналіз контенту, а не метод контент-аналізу. Ви зазначаєте тут про контент і засоби виразності. Тому логічніше викласти це у відповідному розділі

Додано примітку [KO13]: Логотип, перевірте чи немає інших подібних скорочень

Додано примітку [KO14]: приклади

Додано примітку [IA15R14]:

Основна мета контент-плану полягає у висвітленні та поширенні результатів тренінгової програми серед цільових аудиторій (школярів, педагогів, батьків, представників медіа) через соціальні мережі, медіаплатформи та офіційні ресурси навчальних закладів.

Контентна стратегія охоплює триденний цикл тренінгу (16–17 грудня), для кожного дня якого передбачено створення низки інформаційних одиниць, переважно у форматі коротких відео та публікацій для соціальних мереж.

Після проведення тренінгів журналісти, які брали участь у проєкті, мають забезпечити створення власного контенту. Це включає фотографії з класом, коротке відео, записане під час заходу (за погодженням з адміністрацією), коментар від представника школи, публікацію власного посту в соціальних мережах із особистими враженнями, написання матеріалу для редакції, у якій працює журналіст, а також поширення інформації з боку школи (через соціальні мережі або офіційний сайт).

У процесі формування контент-плану проєкту «Вартові правди» важливу роль відіграли референси та практики, запозичені з досвіду організації Media Development Foundation (MDF) — центру розвитку незалежних медіа в Україні. Інституція реалізовує освітні ініціативи для медійників, а також ефективно комунікує про результати своєї діяльності через соціальні мережі.

Під час розробки візуального й текстового наповнення для сторінок проєкту в соціальних мережах були проаналізовані типові публікації MDF у форматах дописів і відео. Зокрема, було враховано такі ключові елементи: акцент на емоційності та персональних враженнях учасників, використання коротких відеоформатів (Reels) з динамічним монтажем, додавання субтитрів і збереження вертикального формату відео для кращого охоплення мобільної аудиторії.

Крім того, було адаптовано практику створення підсумкових дописів — структурованих за шаблоном: «що відбулося — хто долучився — що сказали

учасники – яка цінність». Саме цей формат дозволив зробити комунікацію зрозумілою, візуально привабливою та водночас інформативною для цільової аудиторії.

«Вартові правди» отримали реалізацію візуально привабливих та інформативних дописів, які ефективно комунікували про діяльність тренінгу, його результати та відгуки учасників. Дописи мають єдиний стиль, що забезпечує впізнаваність бренду та професійний вигляд. Швидкість створених відео-рилз та фонові музика підкреслюють енергійність заходу, його насиченість, атмосферу роботи колективу, а також сучасний вигляд учасників тренінгів.

У зображеннях дописів домінує темний фон, що імітує дошку або блокнот, з білими написами та елементами. Це створює сильний контраст, забезпечує високу читабельність тексту та надає контенту сучасного, дещо мінімалістичного вигляду. Окремо приділено увагу штрифтам, в більшості використовуються (sans-serif) шрифти, що легко читаються на темному фоні. Заголовки виконані великими літерами, що привертає увагу.

Щодо графічних елементів у стилізації дописів варто звернути увагу на використання намальованих вручну елементів (стрілки, рамки), що додає дописам неформальності, інтерактивності та «живого» відчуття, роблячи їх менш офіційними та більш привабливими для широкої аудиторії [Додаток Б].

### **Засоби виразності**

Проект «Вартові правди» використовує низку виразних засобів для візуальної комунікації, створюючи цілісний та впізнаваний образ, що підкреслює його місію медіаграмотності.

Кольорова гамма проєкту є сучасною, поєднуючи синій, який символізує довіру та знання, з помаранчевим, що асоціюється з енергією та натхненням, підкреслюючи прагнення до просвітлення правди та боротьби з дезінформацією.

Додано примітку [KO16]: У інший розділ

Ця палітра є основою для всіх візуальних матеріалів, від логотипу до фонів дописів та рилзів.

Логотип «Вартові правди» сам по собі є потужним візуальним засобом, що символізує сучасний підхід до медіаграмотності, спрямований на розвиток критичного мислення та здатності аналізувати інформацію. Його графічна складова включає лупу, що вказує на уважний аналіз, перевірку фактів та розпізнавання фейків. Значок «плей» у центрі лупи відображає готовність до дії, навчання та пошуку правди, символізуючи активність та прагнення до змін у боротьбі з дезінформацією. Орбіта з супутниками уособлює «галактику правди», де школярі, вчителі та журналісти спільно захищають інформаційний простір [Додаток Ж].

Проект використовує чіткі та сучасні шрифти. Головний шрифт проекту — Unbounded, що використовується в назві логотипу та в заголовках, надаючи їм потужного та помітного вигляду. Для верстки матеріалів використовується шрифт Inter, який забезпечує хорошу читабельність основного тексту та підзаголовків.

Візуальні елементи дописів, таких як обкладинки та відгуки учасників, часто використовують темний фон, що нагадує дошку або блокнот зі стилізованими елементами, що додають неформальності та інтерактивності. Фотографії учасників інтегровані у форматі, що нагадує полароїдні знімки, надаючи особистісний та автентичний відтінок.

Інфографіка з великими цифрами та чіткими підписами ефективно комунікує результати проекту, а фотографії з реальних тренінгів, доповнені географічними «пінами», підкреслюють масштаб та діяльність [Додаток З].

У рилзах основний акцент робиться на прямому зверненні до глядача: спікери дивляться безпосередньо в камеру, що створює відчуття особистого діалогу. Мінімалістичний, світлий фон рилзів усуває відволікаючі фактори,

дозволяючи зосередитися на повідомленні. Питання та ключові фрази, виведені на екран великим шрифтом з кольоровими акцентами, привертають увагу до суті обговорюваної теми, використовуючи візуальний контраст для виділення важливої інформації.

Загалом, засоби виразності проєкту «Вартові правди» працюють на створення єдиного, професійного та довіреного іміджу, використовуючи продуману кольорову гаму, значущий логотип, сучасні шрифти, а також ефективні візуальні прийоми у статичних дописах та динамічних рилзах для максимального залучення аудиторії та ефективного поширення інформації про медіаграмотність.

#### **2.4. Технічні й програмні засоби**

Для створення контенту було використано програми доступні для смартфонів та комп'ютерів.

1. Для створення контент-плану, переліку публікацій та референсів було використано Google documents.
2. Для створення візуалу, окремих текстових дописів з зображеннями, а також рилз було залучено графічні редактори: Canva, Figma, а для відео- та аудіо-монтажу: InShot, VN, Captions.
3. Для просування дописів – соціальні інтернет мережі Інстаграм, Фейсбук, Тік-ток.

#### **2.5. Сфера застосування та результати апробації**

Проект «Вартові правди» продемонстрував значний потенціал для розвитку як окремих медіаосвітніх проєктів у різних форматах засобів масової інформації та комунікаційних системах, зокрема в соціальних мережах і подкастингу.

Його зміст, спрямований на підвищення медіаграмотності через залучення регіональних журналістів до викладання в школах, може бути ефективно

Додано примітку [КО17]: 2.5. Сфера застосування та результати апробації

адаптований для ширшої аудиторії через цифрові платформи, такі як Інстаграм, Тік-ток, Ютюб та подкаст-платформи. Можливість трансформації проєкту в самостійну сторінку в соціальних мережах або окремий подкаст відкриває нові перспективи для популяризації медіа та цифрової грамотності, залучення молоді та професійної аудиторії, а також посилення регіонального впливу.

Створення окремої сторінки в Інстаграм могло б систематизувати та розширити цей досвід, створивши централізовану платформу для регулярного поширення контенту. Така сторінка дозволила б охопити молодіжну аудиторію через інтерактивні формати, такі як рилз із порадами щодо розпізнавання фейків, інфографіки з чек-листами медіаграмотності та прямі ефіри з медіаекспертами.

Результати апробації проєкту «Вартові правди» в межах соціальних мереж і подкастингу засвідчили високу ефективність обраних форматів. Зокрема, шість коротких відео з лекторами, опубліковані в Інстаграм і Тік-ток, отримали значну кількість взаємодій, а також крос-постинг зі сторінками тренерів. Окремо варто зазначити, що дописи про відгуки учасників тренінгу, доповнені фотографіями з регіональних шкіл, сприяли залученню локальних громад.

Таким чином, проєкт «Вартові правди» має значний потенціал для розвитку як окремий медіаосвітній проєкт у соціальних мережах і подкастингу. Його адаптація до форматів Інстаграм і подкаст-платформ дозволяє охопити різноманітні аудиторії, від молоді до професійної спільноти, сприяючи формуванню культури медіа та інформаційної грамотності в Україні. Результати апробації підтверджують ефективність цих каналів комунікації, що відкриває перспективи для подальшого масштабування проєкту.

У межах проєкту «Вартові правди» було реалізовано низку ініціатив, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності серед підлітків в українських регіонах. Особливість проєкту полягала в тому, що наставниками для школярів стали регіональні журналісти, які не лише мали глибоке розуміння

інформаційного середовища, а й досвід у викритті фейків, маніпуляцій і дезінформації. Вони проводили інтерактивні заняття, тренінги та воркшопи у школах, допомагаючи учням розвивати критичне мислення, аналізувати джерела інформації та усвідомлювати механізми створення контенту.

Під час реалізації проєкту було виявлено важливу тенденцію: більшість підлітків довіряють не традиційним журналістам, а блогерам і тітокерам. Це стало додатковим викликом для медіаосвітніх ініціатив, адже зростає потреба говорити з молоддю на зрозумілій їй мові, адаптуючи підходи до навчання. Журналісти, залучені до проєкту, активно використовували популярні платформи на кшталт TikTok для пояснення принципів перевірки фактів, верифікації джерел, розпізнавання емоційних маніпуляцій і впливу алгоритмів.

Проєкт також дав змогу учасникам – як підліткам, так і журналістам – переосмислити роль медіа у сучасному інформаційному суспільстві. Для журналістів участь у «Вартових правди» стала способом налагодити прямий контакт з аудиторією, зрозуміти її запити та виклики. Для школярів – можливістю відчути себе активними споживачами й творцями інформації, відповідальними за її якість і вплив.

Значний вплив на ефективність комунікації проєкту мали соціальні мережі. Після кожного заходу публікувалися дописи, фото- та відеозвіти, а також рилзи, які не тільки фіксували моменти участі, а й викликали жваве обговорення серед молоді.

Також проєкт отримав розголос у локальних медіа. Від текстових матеріалів у медіа «Гард.City», Ресурсний центр «ГУРТ», «Цукр» до заміток в газетах «Вісті Зміївщини» та «Нові Рубежі» [додаток И].

Очікування підлітків від викладання були високими: вони прагнули не просто слухати лекції, а взаємодіяти, дискутувати, отримувати практичні навички з медіаграмотності. Це стало сигналом для журналістів-лекторів

адаптувати свої методики – менше теорії, більше прикладів, кейсів із соцмереж, інтерактивів і живих обговорень. Багато хто з учасників зазначав, що вперше отримав можливість безпосередньо запитати у журналіста про те, як влаштовані редакції, як відбувається перевірка інформації, що таке журналістські стандарти.

Учасники заходів отримали цінні поради від медіаекспертів, які були присутні в ролі лекторів. Серед них – як розпізнати маніпулятивні заголовки, як визначати джерело походження інформації, як уникати інформаційних пасток у стрічці новин, а також як самому створювати контент, який не поширює фейки. Експерти акцентували увагу на важливості персональної відповідальності кожного за інформаційний простір, у якому ми всі живемо.

«Вартові правди» продемонстрували, що між професійною журналістикою і молодіжною аудиторією можна побудувати міст довіри, якщо говорити відверто, відкрито і на рівних. А поєднання живих заходів, активності в соцмережах і сучасних форматів комунікації дозволило зробити медіаосвіту не лише корисною, а й цікавою для підлітків.

## **2.6. Висновки**

Проведене дослідження в рамках кваліфікаційної роботи дозволило проаналізувати процес створення контент-плану для проєкту «Вартові правди», реалізованого ГО «Детектор медіа» у період із грудня 2024 по лютий 2025 року. Проєкт став відповіддю на гостру потребу в медіаосвітніх ініціативах, які залучають регіональних журналістів до викладання медіаграмотності в школах, сприяючи розвитку критичного мислення серед молоді в умовах війни.

Аналіз теоретичних засад, методів творчого пошуку та практичного досвіду показав, що проєкт «Вартові правди» ефективно використав сучасні формати контенту, такі як короткі відеоролики (рилз), подкасти («Медіуми»), текстові матеріали та інтерактивні дописи, для просування ідей медіаграмотності. Залучення журналістів із Миколаївської, Одеської, Сумської,

Додано примітку [КО18]: 2.6. Висновки

Харківської, Дніпропетровської та Запорізької областей дозволило адаптувати зміст тренінгів до регіональних реалій, що посилює їхній вплив на локальні громади. Результати апробації засвідчили високий рівень залученості: 70% учасників завершили тренінг, а відеоконтент у соціальних мережах, зокрема Instagram і TikTok, отримав значну кількість переглядів і взаємодій.

Дослідження підкреслює, що медіаосвіта в Україні перебуває на етапі активного розвитку, але стикається з викликами, такими як брак фінансування, відсутність національної стратегії медіаосвіти та потреба в підготовці кваліфікованих викладачів. Проєкт «Вартові правди» демонструє успішний приклад інтеграції регіональних журналістів у медіаосвітній процес, що може бути масштабованим на національний рівень. Використання інтерактивних форматів, адаптованих до потреб молоді, зокрема підлітків 14–16 років, підтвердило їхню ефективність у формуванні навичок критичного мислення та розпізнавання дезінформації.

Подібно до інших медіаосвітніх ініціатив, таких як «Фільтр» і «СтопФейк», «Вартові правди» сприяють зміцненню інформаційної стійкості суспільства.

Результати проєкту вказують на необхідність подальшого розвитку медіаосвітніх ініціатив, які поєднують локальний контекст, інтерактивні методи та цифрові технології, щоб формувати національно свідоме суспільство, здатне протистояти інформаційним загрозам.

Таким чином, кваліфікаційна робота не лише описує процес створення контенту для проєкту «Вартові правди», але й пропонує практичні рекомендації для розвитку медіаграмотності в Україні. Подальше масштабування подібних ініціатив, підтримка колаборацій із регіональними медіа та інтеграція медіаосвіти в шкільні програми сприятимуть формуванню суспільства, яке свідомо споживає

інформацію та активно протидіє дезінформації, зміцнюючи національну ідентичність і стійкість у часи викликів.

### III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Індекс медіаграмотності українців: 2020-2024 п'ята хвиля ГО «Детектор медіа», URL: <https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/240621/2024-mli-ukr-full.pdf>
2. В ефірі «Україна 24» показали фейкове повідомлення Зеленського про «капітуляцію», Громадське, URL: <https://hromadske.ua/posts/na-telekanali-ukrayina-24-translyuvali-fejkove-zvernennya-zelenskogo-pro-kapitulyaciyu>
3. Як росія використовує ІІІ у гібридній війні проти України та Заходу, Центр протидії дезінформації (ЦПД), URL: <https://cpd.gov.ua/reports/yak-rosiya-vykorystovuye-shi-u-gibrydniy-vijni-proti-ukrayiny-ta-zahodu/>
4. Проблеми українських дітей під час війни (27 січня – 1 лютого 2023) Соціологічна група «Рейтинг», опитування проведене на замовлення проекту «Дій для дітей України» 22-24 с. URL: [https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg\\_files/rg\\_ucap\\_children\\_012023.pdf](https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ucap_children_012023.pdf)
5. [https://docs.google.com/document/d/1CrrzJ85M6MmVvGbcXR6\\_rvOJundZt0XUPUuH0Q5KnC8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1CrrzJ85M6MmVvGbcXR6_rvOJundZt0XUPUuH0Q5KnC8/edit?usp=sharing)
6. European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world, URL: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0598\\_EN.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0598_EN.html)
7. «Вплив призупинення фінансування USAID на українські ОГС», експрес-дослідження Open Space Works Ukraine та ГС «Громадські ініціативи України», 7-13 лютого 2025 року, 4с. URL: [https://drive.google.com/file/d/1kPM5bZPQI-8zLImft\\_Srr2otbobD5ZW7/view](https://drive.google.com/file/d/1kPM5bZPQI-8zLImft_Srr2otbobD5ZW7/view)
8. «Медіаграмотність потрібна людині для виживання». Чи буде в Україні створена стратегія медіаосвіти, онлайн-видання «Детектор Медіа»

- Mediasapiens, Ірина Семенюта, URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31528/2023-03-29-mediagramotnist-potribna-lyudyni-dlya-vyzhyvannya-chy-bude-v-ukraini-stvorena-strategiya-mediaosvity/>
9. Інформаційні операції РФ із застосуванням штучного інтелекту, «Центр протидії дезінформації», URL: <https://cpd.gov.ua/reports/informacziyni-operacziyi-rf-iz-vykorystanniam-shtuchnogo-intelektu-v-soczmerezhah/>
  10. «Готова ділитися знаннями зі школярами»: студентка-медійниця НУК про тренінг «Вартові правди», «Гард.city», Наталія Клименко, URL: <https://thegard.city/articles/398516/studentka-mediijnicya-nuk-pro-trening-vartovi-pravdi>
  11. Журналісти провели тренінги з медіаграмотності для школярів з Одеси та області, «Інформер», URL: <https://informer.od.ua/news/zhurnalisty-provely-treningy-z-mediagramotnosti-dlya-shkolyariv-z-odesy-ta-oblasti/>
  12. Медіаграмотність для молоді: журналісти допомагають школярам розпізнавати фейки, газеті «Нові Рубежі», Наталя Долгіх, URL: <https://novi-rubezhi.com.ua/novyny/mediagramotnist-dlya-molodi-zhurnalisty-dopomagayut-shkolyaram-rozpiznavaty-fejky/>
  13. Як підлітки реагують на фейки — сум'янка Олександра Аксененко розказала в подкасті «Детектора медіа», «Цукр», Владислава Кріцька, URL: <https://cukr.city/news/2025/vartovi-pravdy/>
  14. В ліцеї «Маріїнський» пройшли уроки медіаграмотності: учнів навчали розпізнавати фейки та перевіряти інформацію, Odesa online, URL: <https://odessa.online/v-litseyi-mariyinskij-projshli-uroki-mediagramotnosti-uchniv-navchali-rozpiznavati-fejki-ta-pereviriyati-informatsiyu/>
  15. У сучасному цифровому світі бути медіаграмотним — це вже не потреба, а умова виживання, «Детектор медіа», Юлія Лавришин, URL:

<https://ms.detector.media/mediaosvita/post/37645/2025-03-10-u-suchasnomu-tsytrovomu-sviti-buty-mediagramotnym-tse-vzhe-ne-potreba-a-umova-vyzhyvannya/>

16. Чим більше медіаграмотних людей в нашій країні, тим складніше ворогу буде вести інформаційну війну, «Детектор медіа», Євген Бриж, URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/37647/2025-03-10-chym-bilshe-mediagramotnykh-lyudey-v-nashiy-kraini-tym-skladnishe-vorogu-bude-vesty-informatsiynu-viynu/>
17. Новини медіаграмотності в грудні: ньюзлеттер «Фільтра», Фільтр, URL: <https://filter.mkp.gov.ua/novyny-mediagramotnosti-v-grudni-nyuzletter-filtra/>
18. Критичне мислення в епоху TikTok. Як журналісти вчать підлітків медіаграмотності. Анастасія Шуплат у подкасті «Медіуми», «Детектор медіа», URL: <https://detector.media/mediumy/article/238894/2025-03-08-krytychne-myslennya-v-epokhu-tiktok-yak-zhurnalisty-vchat-pidlitkiv-mediagramotnosti-anastasiya-shuplat-u-podkasti-mediumy/>

## IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

### Додаток А

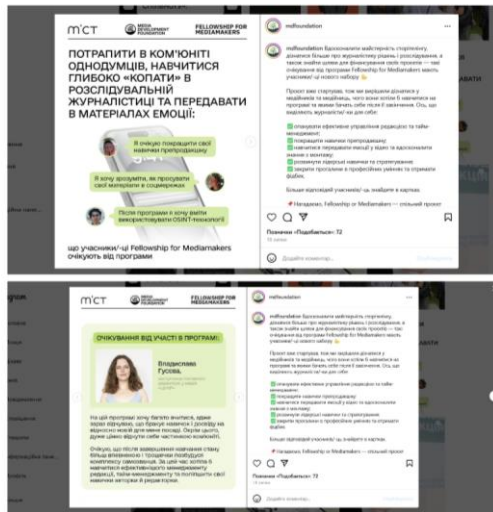
Документ контент-плану для проєкту.

<https://docs.google.com/document/d/1VRwJTP9HYh7tCdkTvXuDu5aWSsLqPDJk2Yxgh4KfKwc/edit?usp=sharing>

#### Перший день тренінгу (16.12)

1. Створення серії дописів із очікуваннями учасників (три дописи по шість учасників) (опитати всіх)

Референс:



2. Створення рілс-відео із нарізкою відео про перший день (одне відео)

Референс:

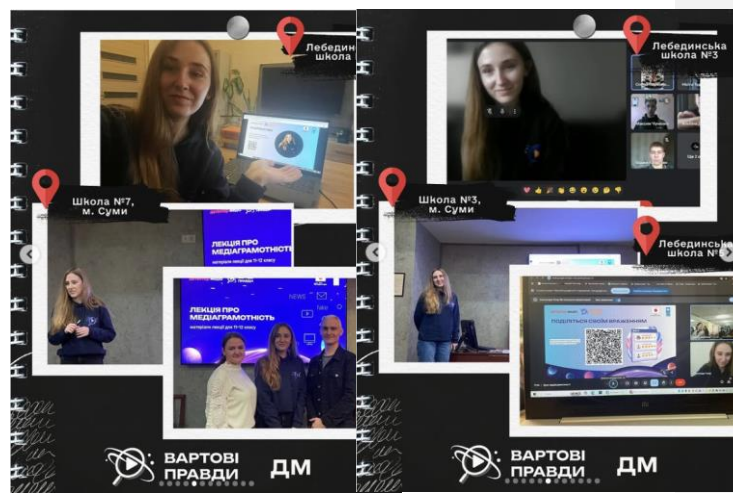
Додано примітку [KO19]: Це швидше документація, а не додатки, оскільки це матеріали проєкту. Тому краще прибрати слово «додаток», а просто заголовки і відредагувати по тексту відповідно

Додано примітку [IA20R19]:

## Додаток Б

Допис: відгуки учасників тренінгу від викладацької діяльності у власних регіонах.

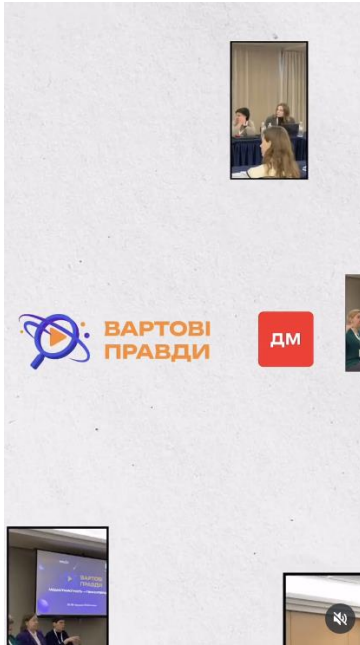
[https://www.instagram.com/p/DGnAG13rTr3/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/DGnAG13rTr3/?utm_source=ig_web_copy_link)



**Додаток В**

Рилз результатів першого дня тренінгу у Києві

[https://www.instagram.com/reel/DDsAeAWtnmC/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/DDsAeAWtnmC/?utm_source=ig_web_copy_link)

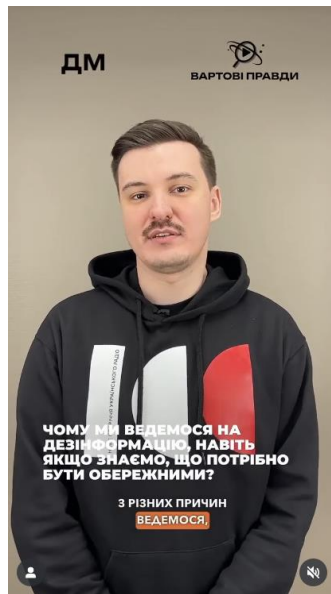


**Додаток Г**

Рилз з лекторами тренінгу. На відео програмний директор «Детектор медіа»

Вадим Міський.

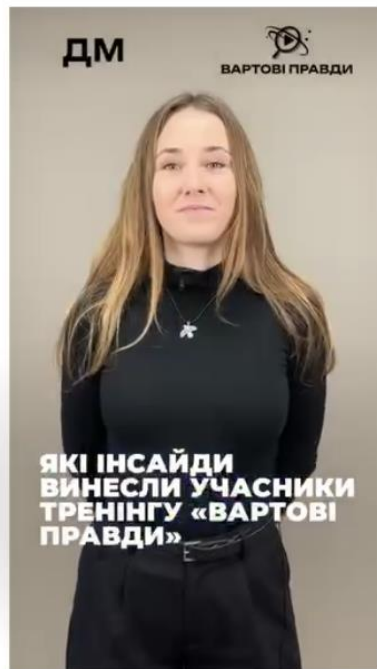
[https://www.instagram.com/reel/DDy6oQLNBN\\_/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/DDy6oQLNBN_/?utm_source=ig_web_copy_link)



**Додаток Г**

Рилз про очікування учасників тренінгу від викладацької діяльності у  
навчальних закладах їх регіонів

[https://www.instagram.com/reel/DE7Aom4tyEe/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/DE7Aom4tyEe/?utm_source=ig_web_copy_link)

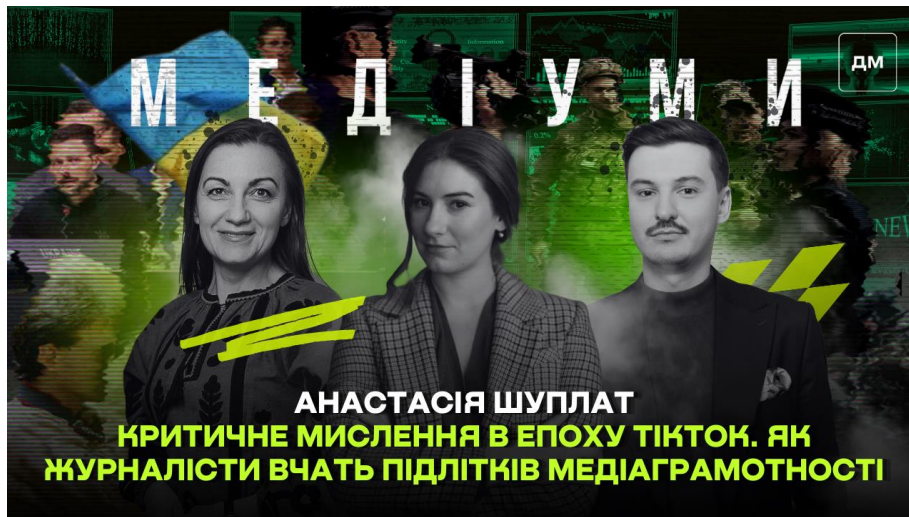


**Додаток Д**

Подкаст “Медіуми” онлайн-видання “Детектор медіа” Критичне мислення в епоху TikTok. Як журналісти вчать підлітків медіаграмотності. Анастасія

Шуплат у подкасті «Медіуми»

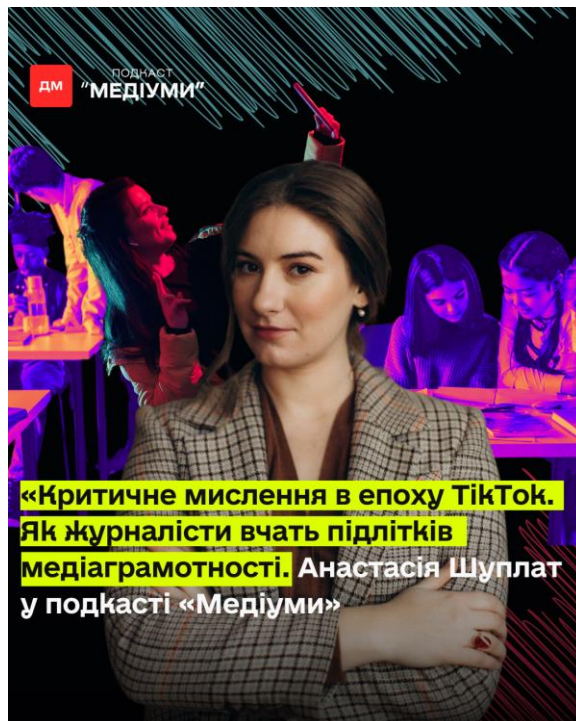
<https://youtu.be/wPKAB28iTgo?si=dBz5V22IPViOczny>



**Додаток Е**

Допис в інстаграм подкасту з Анастасією Шуплат

[https://www.instagram.com/p/DH12VigNUZM/?igsh=MXEweWxwYjg4bDM4Yw%3D%3D&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DH12VigNUZM/?igsh=MXEweWxwYjg4bDM4Yw%3D%3D&img_index=1)



**Додаток Є**

Текстовий матеріал для сайту онлайн-видання «Детектор медіа»

<https://detector.media/infospace/article/236355/2024-12-25-vartovi-pravdy-regionalni-zhurnalisty-staly-nastavnykamy-z-mediagramotnosti-dlya-shkolyariv/>

**детектор медіа** новини статті критика моніторинг ринок подкасти інфопростір сі

інфопростір статті 25 грудня 2024 14:00

## «Вартові правди»: регіональні журналісти стали наставниками з медіаграмотності для школярів

Автори: Антон Іщук

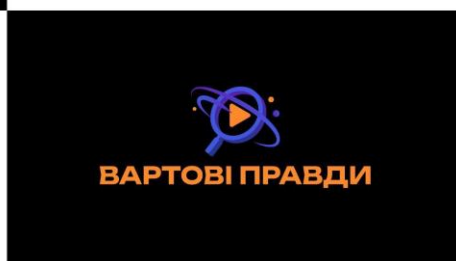
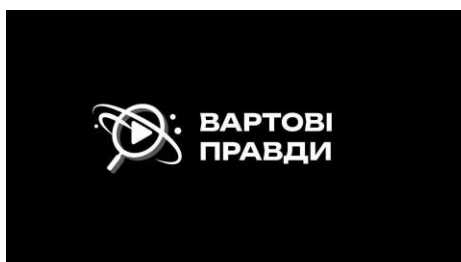
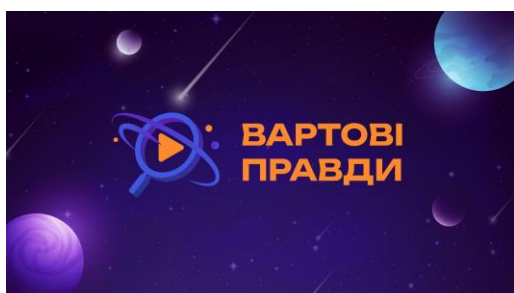
Подобався 0 Поширети 1395 0

ГО «Детектор медіа» провела триденний тренінг «Вартові правди» для журналістів регіональних медіа, аби посилити викладання медіаграмотності у прифронтових школах України.



## Додаток Ж

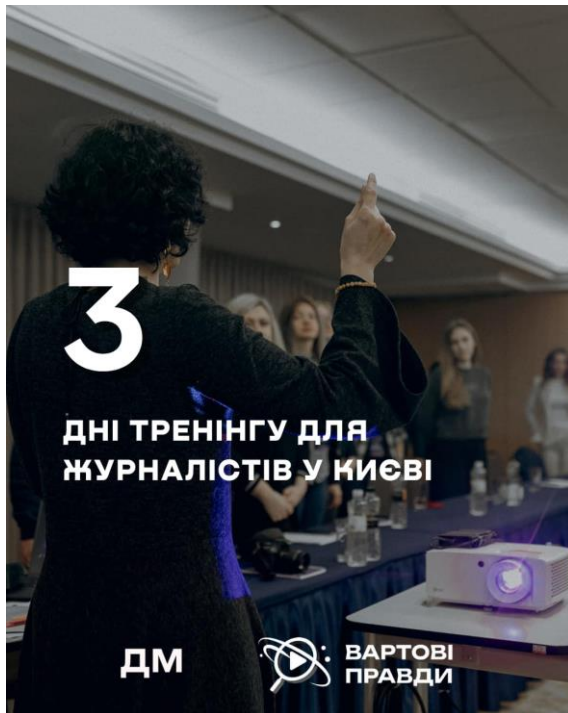
Логотип проєкту «Вартові правди» в різних кольорах



**Додаток 3**

Допис: тренінг «Вартові правди» у цифрах

[https://www.instagram.com/p/DHArrJptQwr/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DHArrJptQwr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D&img_index=1)



## Додаток И

## Сторінка газети «Вісті Зміївщини»

№ 6-7 від 13 лютого 2025 року 5

**Проекти**

## Від тренінгів до тренерства: говорили про медіаграмотність зі старшокласниками



У грудні 2024 року в брала участь проект «Варті правди» від громадської організації «Детектор медіа».

Загалом у Києві збирали журналістів з 9-ти регіонів країни, які найбільше наближені до зони бойових дій. Зокрема, в числі перших — Харківщина. Нам влаштували три дні інтенсиву, де говорили про фейки і маніпуляції, про фішинг, кібербулінг та секстинг, про зловисторощення даних, про дитину психологічної травми...

Отримавши від організаторів настанови та деякий «екзамен», ми повернулися додому, де мали провести по 3 уроки на тиждень в школах. Виходу категорії для кожного учасника та учасницю проекту визначили ще в Києві. Мемчарини 9-10-ті класи.

Маски дитини учительки математики, перед класом востаннє встояла в 1993 році. Тобто — давно. Але за

А нові загрози в інтернеті уже несутися лавиною. І далі буде тільки гірше. Я дякую школярам, які прийшли на уроки з медіаграмотності. Я дякую вчителю, який пожертвував своїми годинами задля цієї важливої розмови. Я дякую директорам Зміївського ліцею №1 Людї Дударевій, Зміївського ліцею Юлії Ревенко та Великопольського ліцею Наталії Татарніковій, а також на-

чальницю відділу освіти Зміївської міської ради Ірені Соленюк за цю можливість.

Щиро сподіваюсь, що наші розмови з дітьми були для них і корисними, і цікавими.

Готова продовжувати заняття й надалі, якщо в цьому будуть зацікавлені школярі громади.

**Тетяна ЛОГВИНА,**



А нові загрози в інтернеті уже несутися лавиною. І далі буде тільки гірше. Я дякую школярам, які прийшли на уроки з медіаграмотності. Я дякую вчителю, який пожертвував своїми годинами задля цієї важливої розмови. Я дякую директорам Зміївського ліцею №1 Людї Дударевій, Зміївського ліцею Юлії Ревенко та Великопольського ліцею Наталії Татарніковій, а також на-

чальницю відділу освіти Зміївської міської ради Ірені Соленюк за цю можливість.

Щиро сподіваюсь, що наші розмови з дітьми були для них і корисними, і цікавими.

Готова продовжувати заняття й надалі, якщо в цьому будуть зацікавлені школярі громади.

**Тетяна ЛОГВИНА,**

## Пам'ять

## Пам'яті Дмитра Гайворонського



Дмитро Олександрович  
Гайворонський  
11.07.1988 - 30.01.2025

5 лютого у селищі Зіньки попо-  
щився із загиблим односельчане-  
ном, 36-річним Дмитром Гайворон-  
ським.

Дмитро з перших днів повномасштабного вторгнення добровольцем вступив у лави захисників України. Учас цієї час він мужньо і відважно борював свою землю, своїх рідних, свободу і територіальну цілісність усієї країни.

На жаль, його життя закінчилося на полі бою.

Народився Дмитро 11 липня 1988 року в місті Кременя Спиродницького району Луганської області.

В 2005 році разом із сім'єю переїждить до Зміївської громади, в селище Зіньки. Навчався Дмитро у школі селища Виршального, потім здобув професію заварювальника у Харківському професійно-технічному училищі, здобув вищу освіту у Харківському університеті.

Працював далекобійником.

У 2018 році Дмитро створив сім'ю. Разом з дружиною вони виховували малюка доньку.

З початком повномасштабного вторгнення Дмитро добровольцем вступив до лав ЗСУ.

Сержант Гайворонський Дмитро, командир 1-го мінометного взводу — старший офіцер на батареї ВЧ АТЗ78, відданий військовій присязі на вірність Українському народові, загинув мужньо виконуючи військовий обов'язок 30 січня 2025 року в районі села Новосергіївка Ізюмського району Харківської області.

Висловлюємо щирі співчуття рідним і близьким загиблого.

Вічна пам'ять, честь і слава Дмитру! Пам'ятаймо, люди цілю!

**За матеріалами**

**Зміївської міської ради.**



Газета розповсюджується в роздріб та за редакційною передплатою

«ВІСТІ ЗМІЇВЩИНИ»

## V. АНОТАЦІЯ

**Іщук А. Особливості створення контенту для тренінгу з медіаграмотності: на прикладі тренінгу для журналістів регіональних медіа «Вартові правди» від ГО «Детектор медіа»**

**Ключові слова:** медіаграмотність, дезінформація, регіональні медіа, «Вартові правди», контент-план, інформаційна війна, журналістика, підлітки, цифрова безпека.

«Вартові правди» – це проєкт, що став відповіддю на виклики інформаційної війни, де дезінформація та фейкові новини загрожують суспільству, особливо в умовах війни. Метою проєкту є забезпечення сталого та системного навчання медіаграмотності у регіонах України, а також промоція важливості якісних регіональних медіа в Україні.

Організований ГО «Детектор медіа» у період із грудня 2024 по лютий 2025 року тренінг покликаний розвинути навички журналістів регіональних медіа викладання медіа та інформаційної грамотності, критичного мислення, цифрової безпеки та ризиків поширення штучного інтелекту. Назва «Вартові правди» символізує місію журналістів як охоронців достовірної інформації, що протистоять хаосу дезінформації.

Проєкт об'єднав медійників із Миколаївської, Одеської, Сумської, Харківської, Дніпропетровської та Запорізької областей, які отримали практичні інструменти для роботи в умовах інформаційних загроз.

Ця бакалаврська робота досліджує особливості створення контент-плану для тренінгу «Вартові правди», аналізуючи вибір аудіо- та візуальних форматів, а також платформ для їх просування. Завдання роботи охоплюють вивчення теоретичних основ створення контенту для проєктів з медіа та інформаційної грамотності, аналіз досвіду ГО «Детектор медіа» у розробці структури та засобів виразності контенту, визначення потреб цільової аудиторії, зокрема підлітків та

Додано примітку [KO21]: Навички можна розвинути чи поліпшити

медійників, а також оцінку ефективності застосованих методів на основі відгуків учасників.

Робота підкреслює значення медіаграмотності для протидії інформаційним загрозам і пропонує рекомендації щодо створення контенту для тренінгів, спрямованих на зміцнення інформаційної стійкості регіональних спільнот.

#### ANNOTATION

**Ishchuk A. Peculiarities of Content Creation for Media Literacy Training: A Case Study of the «Vartovi Pravdy» Training for Regional Media Journalists by NGO «Detector Media»**

**Keywords:** media literacy, disinformation, regional media, «Vartovi Pravdy» content plan, information war, journalism, teenagers, digital security.

«Guardians of Truth» is a project developed in response to the challenges of the information war, where disinformation and fake news pose a threat to society, particularly in the context of ongoing conflict. The project aims to ensure sustainable and systematic media literacy education in Ukraine's regions while promoting the importance of quality regional media. Organized by the NGO «Detector Media» from December 2024 to February 2025, the training is designed to equip regional media journalists with skills to teach media and information literacy, critical thinking, digital security, and awareness of the risks associated with the spread of artificial intelligence. The name «Vartovi Pravdy» symbolizes the mission of journalists as protectors of reliable information, countering the chaos of disinformation.

The project brought together media professionals from Mykolaiv, Odesa, Sumy, Kharkiv, Dnipro, and Zaporizhzhia regions, providing them with practical tools to operate in an environment of informational threats. This bachelor's thesis explores the specifics of creating a content plan for the «Vartovi Pravdy» training, analyzing the selection of audio and visual formats and the platforms used for their promotion. The

objectives of the thesis include studying the theoretical foundations of content creation for media and information literacy projects, analyzing the experience of «Detector Media» in developing content structure and expressive means, identifying the needs of the target audience, particularly teenagers and media professionals, and evaluating the effectiveness of applied methods based on participant feedback.

The thesis highlights the importance of media literacy in countering informational threats and offers recommendations for creating content for training programs aimed at strengthening the information resilience of regional communities.