

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТУ
ГРОМАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

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
Медведка Артемія Павловича

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

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
Петренко С.І.,
Доцент кафедри журналістики та
нових медіа, доктор філософії з
журналістики

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. Теоретичне обґрунтування проєкту	7
1.1 Теоретичні засади громадянської журналістики	7
1.2 Використання соціальних мереж у громадянській журналістиці	13
1.3 Соціальні мережі під час збройних конфліктів у ХХІ столітті	18
РОЗДІЛ II. Специфікація проєкту «Війна фактів і фейків.....	25
Теоретико-методологічні засади.....	25
2.2. Створення та розвиток групи у Фейсбук.....	25
2.3. Структура і рубрикація медіапроєкту.....	26
2.4. Контент та засоби виразності.....	27
2.5. Технічні й програмні засоби.....	28
2.6. Сфера застосування й результати апробації.....	29
ВИСНОВКИ.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	33
ДОДАТКИ.....	34
АНОТАЦІЯ.....	41

ВСТУП

Актуальність. У сучасну епоху цифрових технологій соціальні мережі стали не лише каналом особистої комунікації, а й потужним інструментом формування громадської думки, поширення інформації та мобілізації суспільства. Особливо гостро їхнє значення проявляється в умовах війни, коли офіційні джерела не завжди встигають або можуть оперативно висвітлювати події, а потреба в правдивій, перевірній інформації зростає в рази. У цьому контексті особливу роль відіграє явище громадянської журналістики – активної участі звичайних громадян у зборі, поширенні та коментуванні суспільно важливої інформації.

З початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року соціальні мережі, зокрема Фейсбук (*Facebook*), Телеграм (*Telegram*), Твіттер (*Twitter (X)*), Інстаграм (*Instagram*) та Ютуб очевидців, фото- та відеофіксації подій, оперативних повідомлень із прифронтових територій. Українці, незалежно від професії, почали виконувати роль медіа, поширюючи інформацію з місця подій, надаючи контекст, допомагаючи ідентифікувати фейки та документувати воєнні злочини.

Такий феномен вимагає дослідження, оскільки поєднує в собі переваги швидкого реагування та участі широкого загалу з водночас високими ризиками дезінформації, маніпуляцій, відсутності перевірки фактів. Постає питання: чи здатна громадянська журналістика у соцмережах бути ефективною та відповідальною альтернативою професійному журналістському висвітленню подій? Які можливості та виклики вона створює в умовах інформаційної війни?

У сучасних умовах гібридної війни, яку Росія веде проти України, інформаційний супротив є не менш важливим, ніж бойовий. Ворог активно використовує фейки, маніпуляції, напівправду та викривлені наративи, щоб посіяти паніку, зневіру, розкол у суспільстві, деморалізувати військових і

дискредитувати українську державу на міжнародній арені. В таких обставинах надзвичайно актуальним стає створення і підтримка платформ, що сприяють виявленню неправдивої інформації та підвищенню медіаграмотності громадян.

Метою цієї бакалаврської роботи є дослідження використання соціальних мереж як інструменту громадянської журналістики під час війни, їхнього впливу на інформаційний простір України (аналітична компонента) та створення проєкту «Війна фактів і фейків» у Фейсбук, спрямованого на підвищення стійкості суспільства до маніпулятивного контенту та викривлених повідомлень (прикладна компонента).

Задля досягнення мети нами поставлено **завдання**: в результаті проведення аналітичного дослідження використання соціальних мереж як інструменту громадянської журналістики під час війни створити проєкт «Війна фактів і фейків» у Фейсбуці, головна ціль якого — навчити людей самостійно розпізнавати фейки, розуміти механізми їх створення та поширення, а також критично ставитися до інформації, яку вони отримують із різних джерел. Це є актуальним в умовах постійного інформаційного тиску, коли аудиторія є вразливою до деструктивних наративів.

Отже, **об'єктом бакалаврської кваліфікаційної роботи** є соціальні мережі як інструмент громадянської журналістики під час війни, а **предметом** — особливості використання соціальних мереж як інструменту громадянської журналістики під час війни та протидія фейкам і популяризація медіаграмотності в проєкті «Війна фактів і фейків».

Завдання, які потрібно виконати в процесі роботи:

- дослідити особливості використання соціальних мереж як інструменту громадянської журналістики під час війни;
- з'ясувати, як соціальні мережі впливають на інформаційний простір України під час війни;
- створити проєкт «Війна фактів і фейків» у Фейсбуці, в межах якого:

- *систематично виявляти й аналізувати фейкові повідомлення, які циркулюють у публічному інформаційному просторі, з особливою увагою до тем, пов'язаних із війною та діями влади;*
- *підвищувати медіаграмотність аудиторії через публікації, що пояснюють базові принципи фактчекінгу, надають поради щодо перевірки інформації та демонструють, як відрізнити надійні джерела від сумнівних;*
- *популяризувати критичне мислення як ключовий інструмент інформаційної безпеки;*
- *демонструвати контраст між якісною журналістикою та емоційно маніпулятивним контентом, який часто поширюється у соціальних мережах без перевірки фактів;*
- *формувати довіру онлайн-спільноти, яка здатна долучатися до верифікації інформації, поширювати достовірні повідомлення та допомагати в боротьбі з фейками.*

Таким чином, проєкт у Фейсбук має виконувати одночасно інформаційну, просвітницьку та аналітичну функцію, спрямовану на посилення інформаційної гігієни під час воєнного стану.

Окрему важливість проєкту становить його просвітницька функція. Цей проєкт пояснює принципи верифікації інформації, демонструє конкретні приклади інформаційних маніпуляцій, надає рекомендації з інформаційної безпеки та критичного мислення. Така діяльність формує навички, необхідні для усвідомленого споживання інформації та протидії дезінформації в повсякденному житті.

Таким чином, «Війна фактів і фейків» — це не просто група у Фейсбук, а важливий інструмент громадянського опору дезінформації, що поєднує елементи цифрової гігієни, критичного мислення й інформаційного волонтерства. Його актуальність лише зростає в умовах тривалої

інформаційної війни, яка вимагає глибшого розуміння природи фейків та здатності суспільства їм протистояти.

Методи здійснення творчого пошуку. У процесі виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи нами застосовувалися загальнонаукові теоретичні та емпіричні методи. Зокрема:

- моніторинг (інформаційного простору, новинного контенту, соціальних мереж тощо);
- фактчекінг;
- порівняльний аналіз (інформації в соцмережах та офіційних джерелах);
- аналіз архівів новинного контенту, офіційної статистики та відеодоказів;
- синтез і фіксація типових наративів дезінформації;
- аналіз джерел походження фейків; тощо.

Також ми застосували метод проведення коротких навчальних постів «на живих прикладах» та пояснення основ медіаграмотності.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Поняття та особливості громадянської журналістики

Громадянська журналістика — це форма збору, аналізу та поширення інформації, яку здійснюють не професійні журналісти, а звичайні люди. Вона виникла як реакція на обмеження традиційних медіа та потребу суспільства у швидкому та незалежному висвітленні подій. Це явище стало особливо актуальним із розвитком цифрових технологій, зокрема соціальних мереж. Завдяки ним кожен користувач може виступати в ролі журналіста, повідомляючи про важливі події, публікуючи фото, відео, аналітику чи особисті свідчення. Громадянська журналістика охоплює такі форми, як репортажі очевидців (фото, відео, текстові повідомлення з місця подій); блоги; розслідувальна діяльність (наприклад збір і поширення фактів про корупцію, зловживання владою тощо); стримінгові трансляції (онлайн-висвітлення подій у реальному часі); фактчекінг та боротьба з дезінформацією. Серед основних рис громадянської журналістики можна виділити доступність, адже будь-яка людина з телефоном та доступом до інтернету може стати джерелом інформації; швидкість, оскільки у соцмережах новини поширюються миттєво, без необхідності проходити редакційну перевірку; альтернативність думок та відсутність цензури, адже у такому форматі висвітлюються події, які можуть ігноруватись традиційними медіа, а інформація публікується безпосередньо, без втручання владних або комерційних структур. Водночас є і ризики дезінформації, оскільки через відсутність професійних стандартів є вірогідність поширення неперевіраних або маніпулятивних матеріалів.

Одним із важливих наукових джерел, що глибоко розкриває суть громадянської журналістики, є колективна монографія «Citizen Journalism: проаналізовано феномен громадянської журналістики в різних куточках світу — від США та Великої Британії до Кенії, Ірану та Китаю. Автор наголошує на тому, що громадянська журналістика найчастіше виникає у кризових

ситуаціях, коли традиційні медіа не встигають або не мають доступу до місця подій. У таких випадках звичайні люди, ставши свідками важливих або екстраординарних подій, беруть на себе роль журналістів, документуючи факти та поширюючи їх у соціальних мережах.

Громадянська журналістика має ряд характерних рис, які відрізняють її від традиційної журналістики. На відміну від професійних медіа, громадянська журналістика не має централізованої структури чи редакційного контролю. Будь-яка людина, яка має доступ до інтернету, може збирати, публікувати та поширювати інформацію через соціальні мережі або відеохостинги. На відміну від традиційної журналістики, яка прагне дотримання об'єктивності, громадянська журналістика часто має виражену суб'єктивну позицію. Автори можуть викладати події з власної точки зору, що робить контент більш емоційним, але іноді менш збалансованим. Громадянські журналісти, як правило, не мають спеціальної освіти чи досвіду у сфері медіа.

Це може спричинити порушення журналістських стандартів, таких як перевірка фактів, дотримання балансу думок або коректна подача інформації. Через відсутність редакційного контролю громадянська журналістика може стати джерелом дезінформації або фейків – наприклад, деякі політичні або пропагандистські сили можуть використовувати цей формат для маніпуляції масовою свідомістю. Громадянські журналісти часто першими повідомляють про важливі події, особливо під час кризових ситуацій, протестів або військових конфліктів. Вони можуть транслювати події в реальному часі, наприклад через прямі трансляції на Ютуб (*YouTube*) або публікуючи фотографії та текстові дописи в режимі реального часу. Громадянська журналістика активно використовує соціальні мережі, що дозволяє користувачам брати участь у створенні новинного контенту через коментарі, репости та обговорення. Інформація швидко поширюється і викликає суспільний резонанс. Завдяки широкому охопленню аудиторії громадянська журналістика здатна впливати на формування суспільної думки, мобілізувати людей для протестів, збору коштів або інших активних дій. У країнах із

авторитарними режимами або під час військових конфліктів громадянські журналісти можуть стикатися з переслідуваннями, арештами чи навіть загрозою для життя через оприлюднення незручної для влади інформації. У книзі «Public Journalism and Public Life» Девід Меррітт аналізує концепцію громадянської журналістики та її вплив на громадскість. Він стверджує, що традиційна журналістика, обмежуючись лише передачею інформації, не сприяє активній участі громадян у громадському житті. Меррітт підкреслює, що журналісти повинні відігравати роль «справедливих учасників», які, залишаючись нейтральними щодо конкретних питань, водночас прагнуть досягнення їх вирішення. Він також зазначає, що журналістика має не лише висвітлювати проблеми, але й сприяти уявленню про те, як виглядає їхнє вирішення, тим самим заохочуючи громадян до активної участі в суспільних процесах.

Як можна побачити, громадянська журналістика стала важливим явищем сучасного інформаційного простору, особливо під час революцій, військових конфліктів та кризових ситуацій, коли доступ до офіційних джерел інформації є обмеженим або цензурованим.

Роль громадянських журналістів у сучасному інформаційному просторі. Громадянська журналістика відіграє ключову роль у сучасному медіасередовищі, особливо в умовах швидкого розвитку цифрових технологій, збройних конфліктів, соціальних потрясінь і кризових ситуацій. Громадянські журналісти можуть доповнювати традиційні медіа, а в деяких випадках — навіть замінювати їх як основне джерело інформації. Громадянські журналісти часто першими повідомляють про події, особливо під час протестів, катастроф, військових дій чи стихійних лих. Завдяки мобільним пристроям та соціальним мережам вони можуть транслювати події в режимі реального часу, що дозволяє аудиторії отримувати інформацію безпосередньо з місця подій.

У ситуаціях, коли традиційні ЗМІ можуть бути цензурованими або контрольованими державою, громадянська журналістика стає важливим

альтернативним джерелом інформації. Вона допомагає висвітлювати події, які можуть ігнорувати або замовчувати офіційні медіа. Громадянські журналісти та незалежні ініціативи відіграють важливу роль у боротьбі з фейками, пропагандою та маніпуляціями. Через фактчекінг, аналіз та перевірку даних вони допомагають суспільству розрізняти правдиву інформацію від неправдивої.

Завдяки своїм публікаціям громадянські журналісти можуть формувати суспільну думку, мобілізувати громадськість до дій, впливати на державні рішення або навіть сприяти політичним змінам. Вони часто є ініціаторами суспільних дискусій на теми корупції, прав людини, екологічних проблем тощо. Громадянська журналістика також допомагає виявляти корупцію, зловживання владою, порушення прав людини та інші суспільно важливі проблеми. Часто саме незалежні активісти стають ініціаторами журналістських розслідувань, які потім підхоплюють професійні медіа.

Сучасні громадянські журналісти використовують цифрові інструменти, такі як відеострімінги, мобільні додатки для перевірки фактів, Ютуб-канали та соціальні платформи (Фейсбук, Твітер, Телеграм, Тік-Ток). Це дозволяє їм швидко та ефективно поширювати інформацію. Як приклад можна згадати кілька відомих українських та міжнародних проектів. У повномасштабній війні Росії проти України громадянські журналісти відіграють важливу роль у формуванні наративу, протидії дезінформації та донесенні правди до широкої аудиторії. Їхня активність не обмежується лише документуванням подій, а також включає аналітику, розслідування та просвітницьку роботу.

- Сергій Стерненко — громадський активіст. На своєму Ютуб-каналі він регулярно публікує відео з аналізом військових подій, інформаційних операцій та політичних подій. Його діяльність вирізняється ясністю викладу та патріотичною позицією. Стерненко став одним із лідерів альтернативного інформпростору, якому довіряє велика кількість

українців, особливо молодь. Він не лише ретранслює новини, а й пояснює їх, часто викриваючи фейки та інформаційні вкиди.

— міжнародна волонтерська спільнота, яка ще з 2014 року займається OSINT-розвідкою (розвідкою на основі відкритих джерел). У період повномасштабного вторгнення команда «InformNapalm» активізувала публікацію розслідувань, що стосуються російських злочинів, пересування військових, застосування заборонених методів ведення війни тощо. Унікальність ресурсу — в колективному характері роботи, суворій прив'язці до джерел та прозорості методів перевірки.

Крим.Реалії» — проект «Радіо Свобода», який, хоч і є частиною традиційного медіа, значною мірою працює з інформацією від громадянських журналістів та активістів, які залишились в окупованому Криму. З огляду на тотальну цензуру на півострові, саме через анонімні повідомлення, світлини, короткі відео, що надсилають мешканці Криму, порушеннями прав людини, політичними репресіями та мілітаризацією освіти. Це один із прикладів синергії традиційної та громадянської журналістики в умовах окупації.

Громадянські журналісти відіграють важливу роль у сучасному інформаційному просторі, забезпечуючи швидкий доступ до альтернативної та незалежної точки зору, викриваючи фейки та корупцію, впливаючи на суспільну думку. Однак вони також стикаються з викликами, такими як відсутність професійної підготовки, ризик поширення неперевіраних даних і загрози з боку влади чи агресивних суб'єктів.

Порівняння громадянської та традиційної журналістики

Громадянська журналістика та традиційна журналістика мають спільну мету — інформувати суспільство, проте вони суттєво відрізняються за методами роботи, рівнем відповідальності та стандартами подачі інформації. Одна з головних відмінностей полягає у суб'єктах діяльності. Традиційною журналістикою займаються професійні журналісти, які працюють у редакціях

і дотримуються встановлених стандартів. Натомість громадянською журналістикою займаються звичайні люди — активісти, блогери, очевидці подій, які публікують інформацію у соціальних мережах.

Традиційні медіа мають редакційний контроль, що передбачає перевірку фактів, дотримання журналістських стандартів і відповідальність за достовірність матеріалів. Громадянські журналісти працюють без контролю редакцій, що дає їм більше свободи, але водночас підвищує ризик поширення неперевіреної або маніпулятивної інформації.

Формат подачі також відрізняється. У традиційній журналістиці випускають матеріали у таких жанрах, як аналітичні статті, репортажі, розслідування та документальні матеріали. Громадянські журналісти частіше публікують короткі дописи, відео, фото та прямі трансляції подій, що робить їхній контент більш оперативним, але менш глибоким.

Громадянська журналістика має ряд переваг. Вона забезпечує швидке поширення інформації, доступність для будь-кого та мінімальну цензуру. Це особливо важливо в умовах криз, коли традиційні медіа можуть не встигати за розвитком подій або свідомо замовчувати певні теми. Крім того, громадянські журналісти можуть висвітлювати ті аспекти подій, які залишаються поза увагою великих медіа.

Однак, громадянська журналістика має і свої недоліки. Через відсутність професійної підготовки автори часто допускають помилки або неправильно інтерпретують інформацію. Велика проблема полягає у поширенні дезінформації та фейків, оскільки не всі громадянські журналісти перевіряють свої джерела. Крім того, вони можуть бути суб'єктивними, що робить їхні матеріали менш збалансованими.

Ще один важливий аспект — правові ризики. Професійні журналісти зазвичай мають юридичний захист, тоді як громадянські журналісти можуть зазнавати переслідувань, тиску або навіть загроз через свою діяльність.

Таким чином, громадянська журналістика є важливим доповненням до традиційної журналістики. Вона забезпечує оперативність та альтернативні

точки зору, тоді як професійні ЗМІ гарантують якість, об'єктивність та достовірність інформації. Найкращий результат досягається тоді, коли обидва види журналістики співіснують та взаємодоповнюють одне одного.

Використання соціальних мереж у громадянській журналістиці

Соціальні мережі як платформа для поширення інформації. У сучасному інформаційному просторі соціальні мережі відіграють ключову роль у поширенні новин, аналітики та громадсько важливих матеріалів. Вони змінили традиційну модель комунікації, дозволяючи будь-кому публікувати та поширювати інформацію безпосередньо, без редакційного контролю чи фільтрації. Однією з головних переваг соціальних мереж є можливість оперативного поширення інформації. Завдяки соцмережам новини можуть поширюватися світом за лічені хвилини. Це особливо важливо під час кризових ситуацій: воєн, стихійних лих або протестів, коли швидкість отримання інформації може мати критичне значення.

На відміну від традиційних ЗМІ, які можуть піддаватися державному контролю або впливу власників, соціальні мережі надають можливість висловлюватися безпосередньо. Однак ця свобода є відносною: алгоритми платформ можуть обмежувати охоплення певних публікацій, а також можливі блокування акаунтів або контенту через порушення правил спільноти.

У книзі «News on the Internet: Information and Citizenship in the 21st Century» (Oxford University Press, 2012) автори досліджують, як інтернет трансформує споживання новин і впливає на громадянську участь у демократичних суспільствах. Вони аналізують, як цифрове середовище змінює традиційні моделі політичної комунікації, зокрема, перехід від вертикальних (top-down) до горизонтальних (bottom-up) моделей поширення інформації. Ці спостереження важливі для розуміння особливостей громадянської журналістики, яка часто виникає в онлайн-просторі та може як сприяти демократизації інформації, так і викликати нові виклики, пов'язані з достовірністю та об'єктивністю контенту.

Інформація, поширена через соціальні мережі, формує громадську думку, мобілізує суспільство та може навіть змінювати політичні процеси. Завдяки механізмам лайків, коментарів і репостів, користувачі активно взаємодіють з контентом, що підсилює його вплив.

У книзі «LikeWar: The Weaponization of Social Media» П. В. Сінгера та Емерсона Т. Брукінга розглядається, як соціальні мережі трансформувалися в інструменти впливу на громадську думку, політику та конфлікти. Автори зазначають, що ключовим аспектом сили інформації є не те, чи вона правдива чи ні, а те, наскільки вона стає вірусною і скільки людей її бачать. У контексті громадянської журналістики це означає, що звичайні користувачі, поширюючи інформацію, можуть значно впливати на суспільні настрої та події. Однак, автори застерігають, що багато онлайн-контенту створено з метою тонкого впливу та маніпуляції.

У традиційних медіа новини проходять через редакційну перевірку, тоді як у соціальних мережах інформація може надходити від будь-якого користувача. Це дозволяє отримувати різні точки зору, однак водночас підвищує ризик поширення недостовірної або маніпулятивної інформації. Через відсутність редакційного контролю соціальні мережі стали платформою не лише для правдивих новин, але й для фейків, пропаганди та інформаційних маніпуляцій. Боти, тролі та організовані інформаційні кампанії можуть впливати на суспільну думку, створюючи хибні наративи.

У періоди військових конфліктів соціальні мережі стають ключовим каналом комунікації. Вони використовуються для оперативного поширення новин з передової, документування воєнних злочинів та інших правопорушень, інформаційної боротьби та контрпропаганди, координації волонтерських та гуманітарних ініціатив, психологічного впливу — як на власне населення, так і на супротивника.

Соціальні мережі суттєво змінили спосіб поширення інформації, зробивши його швидшим, доступнішим і більш інтерактивним. Вони стали невід'ємним інструментом громадянської журналістики, дозволяючи

поширювати важливі новини та мобілізувати суспільство. Однак, разом із цим, вони також створюють ризики дезінформації та маніпуляцій, що робить критичне мислення та перевірку джерел необхідними навичками для сучасного споживача інформації.

Інструменти та технології громадянської журналістики в соціальних мережах. Сучасна громадянська журналістика значною мірою базується на цифрових технологіях та соціальних мережах, які надають користувачам можливість оперативно збирати, поширювати та аналізувати інформацію. Завдяки доступності мобільних пристроїв, спеціалізованих платформ і алгоритмів поширення контенту громадянські журналісти можуть ефективно впливати на інформаційний простір.

Громадянські журналісти використовують різні платформи для публікації та поширення новин у залежності від формату контенту. Фейсбук найчастіше використовують для текстових постів, відео, прямих трансляцій і спільнот, де користувачі обмінюються інформацією, тоді як Твітер (X), враховуючи його особливості, ідеально підходить для поширення оперативних новин, короткої аналітики та коментування подій. Telegram, в свою чергу, використовують для створення каналів і чатів, у яких дуже оперативно розміщуються новини, фото та відео з місця подій. Інстаграм та Тік-Ток підходять для візуального контенту: сторіз і коротких відео, що швидко поширюються серед аудиторії. А Ютуб – це основна платформа для довгих відеорозслідувань, документальних фільмів та інтерв'ю.

Технології збору та обробки інформації. Смартфони та мобільні додатки – основний інструмент громадянських журналістів. Вони дозволяють записувати відео, робити фото, записувати аудіо та одразу публікувати матеріали.

Для визначення геолокації та доступу до супутникових знімків використовуються сервіси Google Maps, Sentinel Hub та Maxar Technologies – вони допомагають підтверджувати місце події.

Задля обробки та монтажу контенту існує цілий арсенал різноманітних додатків, які дозволяють швидко редагувати відео та фото перед публікацією.

Для виходу у прямий ефір журналісти користуються сервісами Facebook реальному часі показувати події та взаємодіяти з аудиторією.

Для перевірки фактів найчастіше використовують такі інструменти, як WeVerify – інструмент для аналізу відео, що дозволяє визначати монтаж, зміни чи маніпуляції; Bellingcat's Toolkit – набір онлайн-ресурсів для OSINT, що допомагає аналізувати інформацію з відкритих джерел; Snopes, FactCheck.org та StopFake – сервіси для перевірки фактів і боротьби з дезінформацією.

Для забезпечення анонімності та безпеки громадянські журналісти використовують VPN-сервіси для приховування місцезнаходження; захищені месенджери (Signal, Telegram з функцією секретних чатів) для безпечного обміну інформацією; програми типу VeraCrypt або PGP для захисту чутливих даних; браузері Tor та Brave для анонімного перегляду веб-сторінок і публікації контенту без відстеження.

В останні кілька років популярності набув штучний інтелект, який почали використовувати і журналісти. Зокрема у своїй роботі вони користуються системами для аналізу контенту – сервісами, які використовують штучний інтелект для розпізнавання маніпуляцій у відео та фото (наприклад, Deepware Scanner для виявлення дипфейків). Найчастіше журналісти використовують Google Trends, Brandwatch та Crowdtangle для аналізу популярних тем у соціальних мережах. В той же час популярністю користуються ChatGPT та Jasper AI, як інструменти для допомоги в написанні текстів, створенні заголовків та аналізі великих обсягів інформації.

Громадянська журналістика в соціальних мережах спирається на широкий спектр цифрових інструментів, що дозволяють швидко збирати, перевіряти та поширювати інформацію. Водночас громадянські журналісти повинні враховувати ризики поширення дезінформації та загрози безпеці. Це

робить критично важливими навички фактчекінгу, роботи з анонімністю та використання передових технологій аналізу даних.

Вплив соціальних мереж на формування громадської думки. Соціальні мережі стали потужним інструментом впливу на громадську думку, змінюючи спосіб, у який люди отримують, обговорюють та інтерпретують інформацію. Вони дозволяють миттєво поширювати новини, організовувати громадянські ініціативи та навіть впливати на політичні процеси. Однак, поряд із позитивними аспектами, соціальні медіа також створюють умови для маніпуляцій, поширення фейкових новин і поляризації суспільства. Соціальні мережі значно відрізняються від традиційних медіа тим, що дозволяють користувачам не лише споживати інформацію, а й активно брати участь у її створенні та поширенні. Завдяки соцмережам люди можуть дізнаватись новини миттєво і впливати на інформаційний порядок денний. Також соціальні мережі використовуються для організації протестів, волонтерських рухів і збору коштів. А блогери, активісти та громадянські журналісти можуть конкурувати з традиційними ЗМІ, пропонуючи інші точки зору.

Алгоритми соціальних платформ визначають, яку інформацію бачить користувач, ґрунтуючись на його попередніх взаємодіях, вподобаннях та підписах. Однак це призводить до так званого "Ефекту інформаційної бульбашки", коли користувачі отримують контент, який відповідає їхнім переконанням, що може посилювати однобічне бачення ситуації. Також алгоритми соцмереж– платформи часто віддають перевагу контенту, який викликає сильні емоції (гнів, страх, обурення), що може сприяти радикалізації думок, задля підвищення віральності контенту.

Соціальні мережі є ідеальним середовищем для інформаційних маніпуляцій, які можуть здійснювати боти та тролі – автоматизовані акаунти, що поширюють пропаганду, фейки та спотворену інформацію з метою маніпуляції громадською думкою. Також завжди є ризик гібридних інформаційних атак, коли соцмереж використовують для дискредитації політичних опонентів, підриву довіри до офіційних джерел або розпалювання

соціальної напруженості. Попри ризики, соціальні мережі мають і значний позитивний вплив. Вони сприяють підвищенню політичної та соціальної свідомості. Люди отримують більше інформації про важливі суспільні процеси та стають більш залученими. Соцмережі дозволяють координувати громадські ініціативи, підтримку під час криз та воєнних конфліктів. Також вони надають голос всім верствам населення, включаючи тих, кого раніше ігнорували традиційні ЗМІ.

Соціальні мережі відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки, пропонуючи нові можливості для комунікації, організації та активізму. Водночас вони створюють ризики інформаційних маніпуляцій і поляризації суспільства. Це вимагає від користувачів критичного мислення, вміння перевіряти інформацію та свідомого споживання контенту.

. Соціальні мережі під час збройних конфліктів у 21 столітті

Досвід використання соціальних мереж під час міжнародних конфліктів. У ХХІ столітті соціальні мережі стали не лише каналом комунікації, а й важливим інструментом ведення інформаційної війни, мобілізації громадянського суспільства та впливу на міжнародну громадську думку. Їх активно використовують як звичайні люди, так і держави, армії, активісти, журналісти й спецслужби у контексті військових конфліктів.

Арабська весна (2010–2012) стала одним із перших масових прикладів, коли соціальні мережі стали ключовим інструментом революційного руху. Фейсбук, Твітер та Ютуб використовувалися для організації протестів, поширення відео з місць подій, залучення міжнародної уваги. Соціальні мережі допомогли громадянам обійти державну цензуру та кооперуватися попри репресії. Попри позитивний початковий ефект, згодом мережі стали майданчиком для радикалізації, пропаганди та маніпуляцій.

Громадянська війна в Сирії (2011-2025) стала прикладом масового використання соціальних медіа як інструменту війни та пропаганди. Активісти документували злочини режиму Асада та публікували їх у соцмережах, що викликало резонанс у світовій спільноті. Проте з іншого боку, ІДІЛ (Ісламська

держава) активно використовувала соцмережі для вербування, пропаганди та залякування. Твіттер, Телеграм і Ютуб стали платформами для публікації жорстоких відео й радикального контенту.

Під час протестів в Гонконзі (2019–2020) Телеграм, Редіт та локальна соцмережа LIHKG стали основними каналами комунікації протестувальників. Для обміну інформацією використовували QR-коди, чат-боти, було поширеним децентралізоване планування через соцмережі. Протестувальники уникали трекінгу, використовуючи VPN та шифровані чати. Водночас влада КНР проводила інформаційні атаки, поширюючи дезінформацію англійською мовою через Твіттер та Фейсбук.

Соціальні мережі стали місцем боротьби порядку денного під час війни в Нагірному Карабаху (2020). Вірменія й Азербайджан тоді поширювали власні інтерпретації подій. Телеграм-канали, Твіттер та Фейсбук використовували не тільки для оперативного інформування, але й для поширення фейків. А візуальний контент з безпілотників швидко розповсюджувався в мережі, створюючи емоційний ефект.

Із початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року соціальні мережі стали ключовим інструментом для оперативного інформування суспільства як всередині України, так і на міжнародному рівні. Платформи на кшталт Телеграму, Твіттеру, Інстаграму, Фейсбуку і Тік-Току перетворилися на канали прямого зв'язку між подією та аудиторією, обходячи традиційні редакційні фільтри. Журналісти, військові, волонтери, місцеві мешканці публікують фото, відео, свідчення про ракетні обстріли, рух техніки, руйнування та гуманітарну ситуацію — часто раніше, ніж з'являються офіційні повідомлення. Таким чином формується паралельний інформаційний потік, де важливу роль відіграють саме громадянські журналісти.

Соцмережі дозволяють вести хроніку подій майже в реальному часі. Завдяки цьому світ дуже оперативно дізнавався про трагедії в Бучі, Ізюмі, Маріуполі. Як приклад можна навести телеграм-канал воєнного кореспондента Андрія Цаплієнка, який публікує новини з лінії фронту та відео

з місця подій, пише аналітичні дописи; волонтерську спільноту InformNapalm, що ще з 2014 року збирає дані про російські війська через OSINT-методи, активно публікує оновлення у Фейсбук і Телеграм; DeepState, карту бойових дій, яка оновлюється майже в реальному часі та користується довірою як військових, так і цивільних.

Крім того, офіційні джерела, такі як Генеральний штаб ЗСУ, Міноборони та Офіс Президента адаптувалися до нової динаміки інформаційного обміну, роблячи щоденні оновлення у соцмережах, використовуючи інфографіку, дрони, мапи та відеооперативки. Водночас соцмережі не тільки інформують, а й мобілізують. Через них відбувається поширення зборів для військових, медиків та постраждалих; поширення петицій; координація евакуацій; розвінчування фейків та російської пропаганди.

Досвід міжнародних конфліктів показує, що соціальні мережі перетворились на потужну зброю інформаційної епохи. Вони можуть допомагати в боротьбі за свободу, мобілізувати суспільства та доносити правду про події. Водночас вони стають інструментом маніпуляцій, пропаганди, психологічного тиску та радикалізації. Ключовим залишається критичне мислення, цифрова грамотність і етика інформаційного споживання.

Переваги та загрози використання соціальних мереж під час війни.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною комунікації у воєнний час, виконуючи роль альтернативних медіа, платформи для мобілізації громадян та навіть інструменту інформаційного протистояння. Проте поряд із перевагами, вони несуть і низку серйозних ризиків, що впливають як на безпеку держави, так і на психологічний стан суспільства. Серед переваг використання соцмереж можна виокремити такі:

Соціальні мережі дозволяють миттєво передавати новини з місця подій, часто швидше, ніж традиційні ЗМІ. Громадяни можуть дізнаватися про ситуацію в регіонах, де ведуться бойові дії, або бути в курсі рішень влади в режимі реального часу. Звичайні користувачі можуть виконувати роль репортерів: публікувати фото, відео, свідчення, тим самим документуючи

події, порушення прав людини тощо. Це підсилює прозорість та сприяє міжнародній увазі до конфлікту. Швидке поширення інформації дозволяє організовувати збори коштів, волонтерську допомогу, евакуацію тощо. Волонтери, військові та медики використовують соцмережі для координації зусиль у кризових ситуаціях. Позитивні історії, відео підтримки, гумористичний контент та меми допомагають підтримувати психологічну стійкість суспільства. Соцмережі створюють ефект спільності та єднання. Українські користувачі змогли донести правду про війну до світової аудиторії через Твіттер, Тік-Ток, Інстаграм тощо. Формується міжнародна підтримка через візуальний та емоційний контент.

Водночас існують і загрози, адже швидкість поширення інформації часто переважає перевірку фактів, що призводить до паніки або неправильних дій. Ворог активно використовує соцмережі для розповсюдження дезінформації. Публікація фото та відео з технікою, локаціями, пересуванням військ або інфраструктури може допомогти ворогу в коригуванні вогню. Навіть звичайні селфі чи геолокація в дописі можуть становити загрозу. Російські спецслужби, «ботоферми» та інші суб'єкти активно атакують українське інформаційне поле через соцмережі, зокрема Телеграм та Ютуб. Відбувається цілеспрямоване поширення панічних меседжів, фейкових новин, дискредитації командування чи лідерів думок. Потік тривожних новин, жорстоких відео з фронту, повідомлень про втрати викликає тривогу, депресію, інформаційне виснаження. Надмірне занурення в соціальні мережі у воєнний час шкодить ментальному здоров'ю. Алгоритми платформ можуть помилково блокувати правдивий контент, маркуючи його як "небезпечний" або "жорстокий". Держави-агресори чинять тиск на платформи або створюють альтернативні соцмережі для поширення пропаганди.

Соціальні мережі є двосічним мечем у воєнний час: з одного боку вони є потужним інструментом інформаційної боротьби, об'єднання та мобілізації суспільства, з іншого — це вразлива зона для дезінформації, витоків і психологічного тиску. Ефективне використання соцмереж потребує не лише

технічної грамотності, а й інформаційної гігієни, критичного мислення та розуміння правил безпеки в умовах війни.

Фейки, дезінформація та їх вплив на інформаційний простір. У добу цифрових технологій та соціальних мереж фейки та дезінформація стали серйозною загрозою для національної безпеки, стабільності суспільства та психоемоційного стану громадян. Під час війни ці явища набувають особливої сили, адже інформація стає ще одним видом зброї.

Фейк – це свідомо сфабрикована або викривлена інформація, яка подається як достовірна, з метою обману або маніпуляції аудиторією. На відміну від поширення помилкової інформації, фейки створюються навмисно і цілеспрямовано. Дезінформація – навмисне поширення неправдивих відомостей задля досягнення політичних, військових чи пропагандистських цілей. Поширення фейків у соціальних мережах відбувається у найрізноманітніших формах. Зокрема це можуть бути фотографії та відео з фальшивим контекстом - наприклад використання кадрів з інших подій, країн або конфліктів із новими підписами. Також варто згадати про Deepfake-технології - відео або аудіо, змонтоване за допомогою штучного інтелекту, де відомі особи говорять речі, яких насправді не говорили. До методів поширення фейкової інформації можна віднести і створення новин від імені вигаданих або нібито офіційних ресурсів та фальшиві акаунти (боти і тролі), які масово коментують, репостять чи створюють панічні повідомлення. Також не можна не згадати один із популярних та простих методів поширення дезінформації - гучні та емоційні заголовки, які викликають сильну реакцію, але не відповідають суті новини.

Метою поширення фейків під час війни є поширення паніки серед населення, дискредитація керівництва країни, армії та волонтерів, напади на авторитет лідерів; підриг довіри до офіційних джерел та створення образу зрадників; зміна суспільної думки або деморалізація, зокрема поширення думки, що "все даремно", "нас зливають", "ніхто не допоможе" тощо; саботаж мобілізації та взаємодії громадян; маніпуляція зовнішнім інформаційним

полем і створення викривленого образу конфлікту для міжнародної аудиторії; зниження довіри до офіційної інформації; інформаційне виснаження та тривожність: надмірна кількість суперечливих повідомлень призводить до втоми, апатії або дезорієнтації; поляризація суспільства: фейки часто грають на емоціях, посилюючи конфлікти між різними групами населення; підрив міжнародної репутації. Задля протидії фейкам у соціальних мережах варто популяризувати інформаційну гігієну та освіту серед громадян. Наприклад поширювати знання про те, як перевіряти джерела, як працює пропаганда та як не ділитись неперевіреною інформацією. Варто довіряти офіційним каналам комунікації. Саме тому необхідна постійна присутність і оперативність державних установ у соцмережах. Також корисними є фактчекінгові ініціативи, такі як StopFake, VoxCheck, Bellingcat тощо.

Фейки та дезінформація — це не просто помилки чи жарти в інтернеті, а серйозний інструмент ведення гібридної війни, здатний порушити інформаційну безпеку країни. У період війни кожен користувач соціальних мереж стає учасником інформаційного простору, і від його відповідальності залежить стійкість усього суспільства.

Висновки до розділу I

Аналіз феномену використання соціальних мереж як інструменту громадянської журналістики дозволяє зробити низку важливих висновків. По-перше, соціальні мережі стали ключовим середовищем для публічної комунікації та поширення інформації, особливо в умовах війни. По-друге, громадянська журналістика відіграє дедалі вагомішу роль у висвітленні подій, які не охоплюють професійні медіа. Вона дозволяє швидко документувати події, фіксувати свідчення очевидців, формувати альтернативні наративи, а також реагувати на інформаційні виклики, зокрема поширення фейків. Водночас, така форма журналістики має свої ризики: відсутність професійних стандартів, перевірки фактів, неетичне використання контенту, можливість ненавмисного поширення дезінформації. Це вимагає як підвищення медіаграмотності користувачів, так і розробки нових підходів до верифікації

даних у цифровому середовищі. Отже, громадянська журналістика в соціальних мережах — це потужний, але неоднозначний інструмент сучасного інформаційного простору, що потребує відповідального використання.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «ВІЙНА ФАКТІВ І ФЕЙКІВ»

Теоретико-методологічні засади

Для реалізації проєкту було обрано платформу Фейсбук, яка залишається однією з найпопулярніших соціальних мереж серед української аудиторії, особливо у віковому діапазоні 25–55 років. Саме на цій платформі спостерігається активне обговорення суспільно-політичних тем, розповсюдження новин, а також — поширення великої кількості неперевіреної інформації та фейків. Це робить Фейсбук ефективним майданчиком як для аналізу дезінформації, так і для просвітницької діяльності у сфері фактчекінгу.

Цільовою аудиторією групи є громадяни, які цікавляться суспільно-політичними подіями, перебігом війни, діяльністю державних органів та волонтерських ініціатив; користувачі, які активно споживають новини в соцмережах, але не завжди мають інструменти для перевірки достовірності джерел; молодь та студенти, які навчаються журналістиці, політології, медіакомунікаціям та прагнуть розвивати критичне мислення.

Платформа Фейсбук була обрана також з огляду на її інструменти, які дозволяють підтримувати постійний зв'язок з аудиторією: коментарі, репости, опитування, збереження постів, тегування джерел, можливість вставки лінків і верифікованих скріншотів. Це дає змогу не лише публікувати фактчекінговий контент, а й оперативно реагувати на нові фейки, залучати читачів до обговорення та обміну інформацією.

Створення та розвиток групи у Фейсбук

Проєкт був створений як комунікаційна платформа для протидії фейкам, аналізу інформаційного середовища та підвищення обізнаності користувачів щодо методів фактчекінгу. На початковому етапі було визначено концепцію і тематику публікацій: розбір типових прикладів маніпуляцій у соціальних мережах, пояснення принципів перевірки інформації, а також аналіз реакцій на важливі події в інформаційному полі.

Основні етапи розвитку групи:

Підготовчий етап: створення назви, оформлення опису та візуального оформлення (обкладинка, аватар, правила групи (Додаток 2), розробка рубрик та графіку публікацій.

Початкове наповнення: публікація першого контенту — вступних постів із поясненням мети групи, а також кількох прикладів розборів фейків. Це дозволило сформулювати перше враження про напрям роботи.

Залучення аудиторії: запрошення перших учасників — друзів, журналістів і тих, хто цікавиться темою медіаграмотності. Активне просування через особисті сторінки та репости.

Регулярне оновлення контенту: створення публікацій з акцентом на актуальні теми — зокрема, розбір популярних чуток, перевірка інформації, аналіз контексту інформаційних вкидів.

Структура і рубрикація медіапроєкту

Структура проєкту побудована на поєднанні інформативності та доступності. Основна мета — не лише інформувати, а й навчати користувачів критичному мисленню, демонструючи конкретні приклади дезінформації та способи її спростування. Для цього було розроблено кілька постійних рубрик та типів публікацій, які чергувалися.

Основні типи публікацій:

Фактчекінгові розбори. Найбільш регулярна категорія контенту. Вона включала розбір фейків, дезінформації або маніпуляцій, які ширились у соцмережах чи медіа. Кожен розбір включав джерело, аналіз фактів, контекст і спростування з використанням відкритих джерел або офіційних повідомлень.

Освітні дописи. Пояснення, як працює перевірка інформації, які бувають види фейків, як аналізувати зображення, відео чи маніпулятивні заголовки. Часто супроводжувалися прикладами з практики або короткими чек-листами для самоперевірки.

Розбір кейсів з медіа та соцмережами. Аналіз прикладів подачі інформації різними медіа або блогерами: як деформується суть, чому важливо

читати між рядків, як подається контекст. Ці пости підкреслювали різницю між відповідальною журналістикою та маніпулятивним контентом.

Позитивні приклади інформаційної гігієни. Публікації, в яких висвітлювалися хороші приклади фактчекінгу, грамотна реакція блогерів або ЗМІ на чутки. Це підкреслювало, що в інформаційному полі є на кого орієнтуватися.

Контент створювався з дотриманням принципів прозорості джерел, пояснення логіки перевірки та обов'язковим посиленням на першоджерело або авторитетні інституції. Такий підхід сприяв зростанню довіри до групи як до джерела оперативної та перевіреної інформації.

Контент та засоби виразності

У межах реалізації практичного проєкту в соціальній мережі Фейсбук було зокрема здійснено фактчекінговий аналіз двох резонансних інформаційних кейсів: чуток про звільнення головнокомандувача ЗСУ Валерія Залужного та повідомлень про участь північнокорейських військових у бойових діях на Курщині. Обидва кейси стали прикладами того, як дезінформація і фрагментарні вкиди можуть формувати паніку або дестабілізувати інформаційне середовище.

Кейс 1: Звільнення Залужного (Додаток 3, Рис. 3.1).

У січні–лютому 2024 року в українському інформаційному просторі з'явилася хвиля непідтверджених повідомлень про нібито відставку Валерія Залужного. Попри відсутність офіційних заяв, чутки активно поширювались анонімними Telegram-каналами, а також деякими проросійськими інфлюенсерами.

У межах групи було проведено оперативний розбір хронології подій, аналізу джерел, внаслідок чого було виявлено, що більшість «зливів» походили з анонімних каналів без прив'язки до перевірених ЗМІ. Було зроблено допис з розбором типових ознак інформаційної провокації, зокрема наголошено на важливості перевірки джерел та критичного сприйняття «інсайдерських» повідомлень.

***Кейс 2:** Участь північнокорейських військових на фронті на Куриціні*
(Додаток 3, Рис.3.2.).

У березні 2024 року в російських та проросійських медіа з'явилися відео та фото, на яких нібито зафіксовано північнокорейських військових, що воюють на боці РФ. Інформація швидко поширилась у соцмережах і викликала широкий резонанс, оскільки ставила питання про ескалацію війни.

Цей кейс дозволив проілюструвати складність перевірки інформації у режимі реального часу та важливість поетапного оновлення фактчекінгових матеріалів.

Технічні й програмні засоби

Під час роботи над групою «Війна фактів і фейків» було задіяно ноутбук, платну підписку на сервіс Microsoft Office 365, платформу графічного дизайну Canva, а також смартфон.

Microsoft Word, завдяки широкому функціоналу, виступає потужним інструментом для створення й обробки текстів. Його можливості дають змогу легко писати, редагувати та формувати контент для публікацій.

Програма забезпечує зручне виправлення помилок, удосконалення стилістики та адаптацію матеріалу для розміщення в соціальних мережах, зокрема у фейсбук-групі «Війна фактів і фейків».

Графічний редактор Canva, завдяки інтуїтивно зрозумілому інтерфейсу та доступу до великої бібліотеки шаблонів, дозволяє швидко створювати якісні візуальні матеріали. Саме за допомогою цієї платформи було створено візуальні складові для дописів з інтерв'ю.

Для втілення проєкту було обрано соціальну мережу Фейсбук як майданчик для публікації контенту та взаємодії з аудиторією. Окрім того, аналізувалися контент та інформаційне наповнення таких платформ, як Інстаграм, Телеграм та Ютуб. Отримані дані допомогли краще зрозуміти тенденції поширення новин та проаналізувати контент, аби створювати освітні дописи для фейсбук-групи «Війна фактів та фейків».

2.6. Сфера застосування та результати апробації

Проект «Війна фактів і фейків» створений на платформі Facebook 16 січня 2025 року. Станом на 12 травня 2025 року має 8 підписників (Додаток 5, Рис.5.1, 5.2). Кількість публікацій – 13. Найпопулярнішою публікацією є інтерв'ю з Романом Дерезенком. Другий за популярністю – допис про роль міжнародних платформ та партнерів у поширенні достовірної інформації про війну в Україні.

Проект «Війна фактів та фейків» може бути корисним для широкого кола аудиторій і сфер діяльності, адже відповідає на один із найгостріших викликів сучасного інформаційного суспільства — протидію дезінформації, особливо в умовах війни. Насамперед він орієнтований на звичайних громадян, яким допомагає орієнтуватися в потоці інформації, розпізнавати маніпуляції, формувати критичне мислення та підвищувати рівень медіаграмотності. Також проект має значну цінність для освітнього середовища: його матеріали можуть бути використані студентами й викладачами факультетів журналістики як приклади реальних кейсів інформаційної війни, дезінформаційних наративів і механізмів перевірки фактів.

Висновки до розділу II

Реалізація практичного проекту у вигляді Facebook-групи, присвяченої підвищенню медіаграмотності серед населення та популяризації фактчекінгу, підтвердила ефективність соціальних мереж як інструменту громадянської журналістики. Протягом періоду активного ведення групи було створено низку аналітичних та інформаційних публікацій, що сприяли поширенню достовірної інформації та розвитку критичного мислення серед користувачів.

Серед ключових досягнень можна відзначити підвищення рівня обізнаності аудиторії про методи перевірки фактів; спростування фейків; зростання залученості аудиторії, яка почала частіше перевіряти інформацію та ділитися перевіреним контентом; налагодження горизонтальних зв'язків з іншими ініціативами та громадянськими журналістами, які працюють у схожому напрямку.

Таким чином, практика показала, що навіть невеликий онлайн-проект може стати важливою ланкою в ланцюгу спротиву дезінформації. За належної контентної стратегії, систематичності й прозорості джерел група у Facebook може стати повноцінною платформою для підтримки інформаційної гігієни та розвитку цифрової медіаграмотності в суспільстві.

Робота над створенням та розвитком проекту «Війна фактів і фейків» стала цінним практичним досвідом, що дозволив не лише перевірити теоретичні положення про роль соціальних мереж у громадянській журналістиці, а й поглибити власні фахові навички. У процесі реалізації проекту було опановано інструменти фактчекінгу, аналітики інформаційного контенту, створення освітніх матеріалів і візуального супроводу публікацій. Робота над групою вимагала системного підходу до моніторингу новинного простору, вміння швидко орієнтуватися в інформаційному потоці, відрізняти достовірну інформацію від фейків, а також дотримання етичних стандартів комунікації. Завдяки активній модерації, розробці рубрик і регулярній публікації матеріалів вдалося створити платформу для підвищення медіаграмотності аудиторії, сприяти критичному осмисленню інформації та активізувати громадянську участь у протидії дезінформації. Проект підтвердив, що соціальні мережі можуть ефективно функціонувати як простір для громадянської журналістики, а також як майданчик для розвитку професійних навичок у сфері медіа.

ВИСНОВКИ

У цій роботі було проаналізовано феномен громадянської журналістики як важливого елементу сучасного інформаційного простору, з особливим акцентом на її реалізацію в умовах війни за допомогою соціальних мереж. Дослідження показало, що соціальні платформи відіграють ключову роль у поширенні оперативної інформації, мобілізації громадськості, висвітленні подій з місця подій, а також у викритті фейків, маніпуляцій та зловживань. Водночас, соціальні мережі, попри свою роль як джерела оперативної інформації, залишаються вразливими до поширення фейків, чуток і ворожої пропаганди. Відсутність ефективної модерації, емоційний характер контенту та алгоритми, що підсилюють резонансні й часто маніпулятивні повідомлення, створюють серйозні ризики як для індивідуального користувача, так і для національної безпеки.

Громадянські журналісти, волонтери, блогери та звичайні користувачі, маючи доступ до мобільного інтернету, здатні не лише документувати війну в реальному часі, а й формувати суспільну думку, піднімати резонансні теми та впливати на порядок денний. При цьому, як показує аналіз, соціальні мережі є не лише майданчиком для достовірної інформації, а й полем битви з дезінформацією, пропагандою та психологічними операціями ворога.

Практична частина роботи — створення групи у Фейсбук, націленої на розвінчування фейків — підтвердила важливість фактчекінгу та інформування аудиторії про механізми маніпуляції. Спостереження за реакціями медіа і блогерів на резонансні події дозволили виявити як позитивні приклади відповідального інформування, так і тенденції до перебільшення, емоційного тиску чи некоректного висвітлення.

Отже, використання соціальних мереж у воєнний час демонструє трансформацію інформаційної екосистеми: коли кожен користувач може стати носієм достовірної інформації, або бути інструментом маніпуляції. Саме тому важливо розвивати медіаграмотність, підтримувати незалежні ініціативи з

перевірки фактів і посилювати критичне мислення як у журналістській спільноті, так і серед широкої аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Кулеба Д. І. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ: Книголав, 2022. 384 с.

Почепцов Г.Г. Фейк. Технології спотворення реальності. Київ: Києво-Могилянська академія, 2020. 224 с.

B

G

G

K

B

En

K

Rosenstiel T. Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload.

D

D

iv

D Dan (Ruhm) George. Selfies in public, 2018. 299 p.

A

Mavis Merritt. –New York, 1998. –129 p.

R

R

B Bible. / Sarah Harrison Smith. –New York, 2004. –192 p.

R

NNew York, 2009. –277 p.

S–Chikago, 2023. –240 p.

p

h

NNew York, 2017. –344 p.

L–Lanham, 2003. –189 p.

g

e

ДОДАТКИ

Додаток 1

Посилання на групу «Війна фактів та фейків» у Facebook

[h](#)
[t](#)
[t](#)



Рис. 1.1. Посилання у формі QR-коду

[u](#)
[p](#)
[s](#)
[i](#)
[o](#)
[c](#)
[a](#)
[l](#)
[e](#)
[u](#)
[k](#)
[U](#)
[A](#)

Оформлення шапки профілю та стрічки групи у Facebook

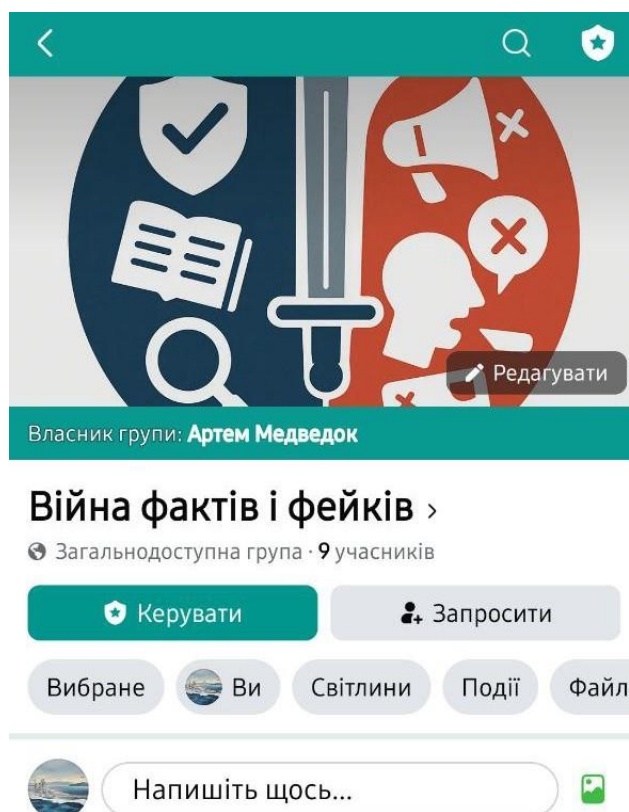


Рис. 2.1. Скріншот шапки групи «Війна фактів і фейків»



Рис.2.2. Скріншот стрічки дописів групи «Війна фактів і фейків»

Допис про реакцію блогерів та ЗМІ на відставку Валерія Залужного

Посилання на допис:

Рис. 3.1. Скріншот допису про реакцію блогерів та ЗМІ на відставку Валерія Залужного

Допис про висвітлення інформації про участь північнокорейських військових у війні проти України

Посилання на допис:



Рис. 4.1. Скріншот допису про висвітлення інформації про участь північнокорейських військових у війні проти України

Перегляди дописів та реакції у групі за останні 60 днів

Люди, які переглянули



May 02, 2025 - May 30, 2025

Понад 49 користувачів ↑ 100%

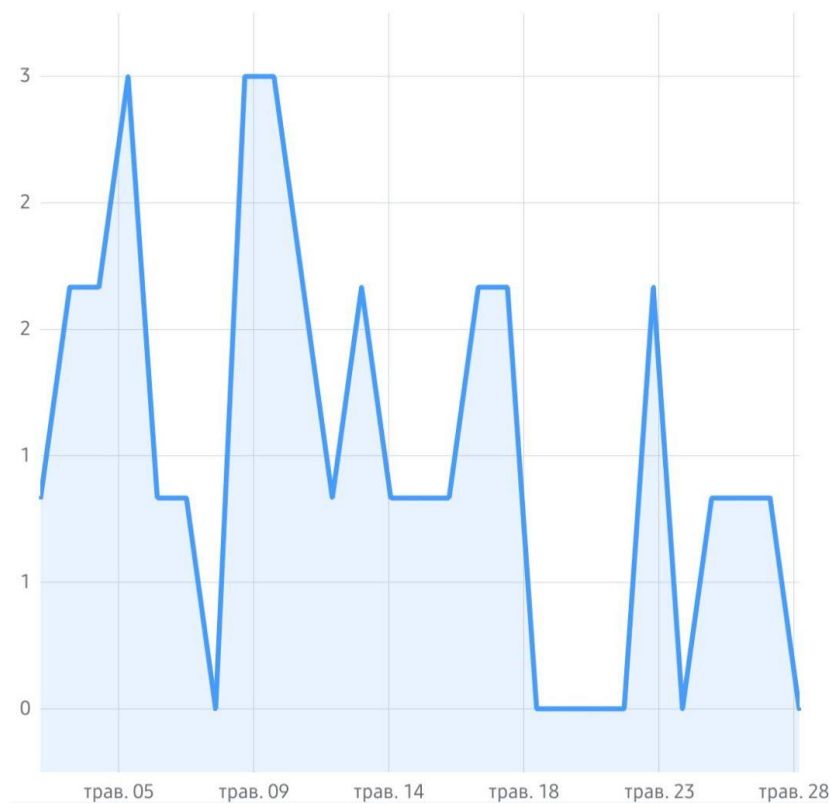


Рис. 5.1. Статистика кількості людей, які переглядали дописи у групі за останні 60 днів

7 реакцій

Mar 31, 2025 - May 30, 2025

Дописи

Коментарі

Реакції

Усі

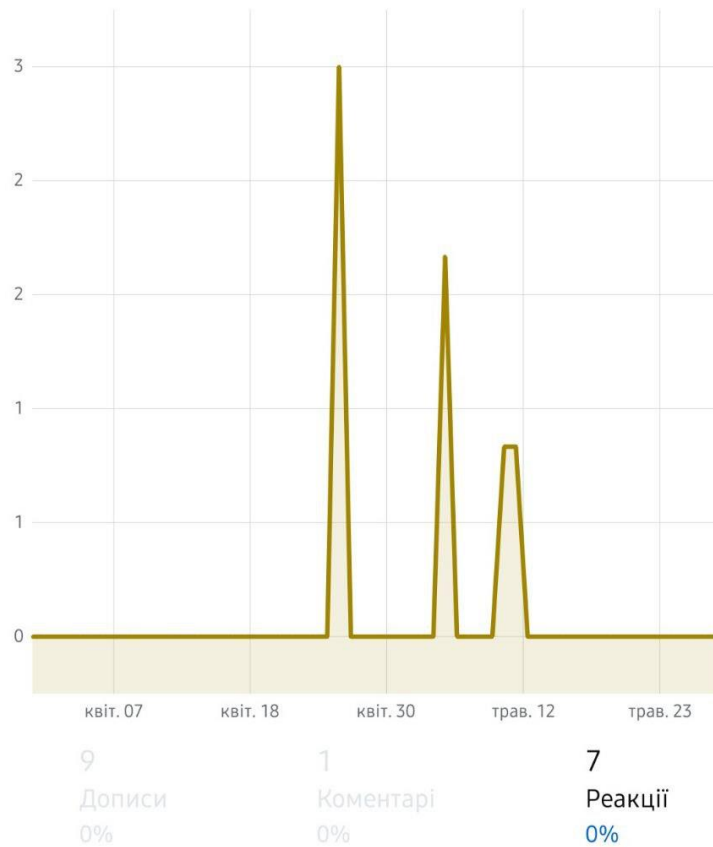


Рис. 5.2. Статистика кількості реакцій за останні 60 днів

АНОТАЦІЯ

Медведок А. Створення та ведення групи «Війна фактів та фейків» у соціальній мережі Facebook

Ключові слова: факти, фактчекінг, інформація, пропаганда, журналісти

У межах практичної частини бакалаврської роботи було створено та розвинуто інформаційну групу «Війна фактів та фейків» у соціальній мережі Facebook, присвячену темі протидії фейкам та популяризації фактчекінгу в умовах повномасштабної війни. Головною метою проєкту стало інформування громадськості про небезпеку дезінформації, розбір конкретних прикладів маніпулятивного контенту, а також поширення знань про інструменти перевірки інформації. У групі систематично публікувалися аналітичні дописи, спростування неправдивих новин, приклади відповідальної журналістики, а також освітній контент про медіаграмотність. Група слугує простором для моніторингу інформаційного простору, аналізу потенційно фейкових повідомлень, співставлення джерел і фактів, а також публікації матеріалів, що допомагають користувачам розвивати критичне мислення. В рамках роботи над групою було опрацьовано значний обсяг журналістських матеріалів та дописів блогерів задля їх аналізу. Практична частина дозволила не лише протестувати ефективність соціальних мереж як інструменту громадянської журналістики, але й оцінити рівень зацікавлення та залученості цільової аудиторії до теми фактчекінгу.

As part of the practical section of the bachelor's thesis, an informational Facebook group titled "War of Facts and Fakes" was created and developed. The materials and bloggers' posts was reviewed and analyzed. This practical component

