

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**«Фактчекінг у системі сучасних медіа як інструмент протидії
дезінформації: створення та розвиток медіапроєкту FactCheckUA»**

Здобувачки першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-1-22-4.0з
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика освітньої
програми 061.00.01 Журналістика
Кравченко Дімінара Дмитрівна

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

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Допускаю до захисту перед ЕК

І. В. Погребняк,
завідувач кафедри журналістики та
нових медіа

Науковий керівник:
Ратушний Р.Я. Старший викладач
кафедри журналістики та нових медіа.

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ - 2026 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	3
1.1. Обґрунтування актуальності проєкту.....	3
1.2. Мета і завдання роботи.....	5
1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку.....	7
II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «FASTСНЕСКУА».....	9
2.1. Теоретико-методологічні засади.....	9
2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту.....	15
2.3. Контент та засоби виразності.....	18
2.4. Технічні й програмні засоби.....	22
2.5. Сфера застосування та результати апробації.....	23
2.6. Висновки до розділу.....	28
ВИСНОВКИ.....	29
III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31
IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	34
V. АНОТАЦІЯ.....	43

І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

Актуальність бакалаврської кваліфікаційної роботи визначається комплексом чинників, що відображають сучасний стан інформаційної безпеки України та потреби її громадян.

По-перше, сучасний інформаційний простір України перебуває під значним тиском дезінформації. Вона стала невід'ємним складником гібридної війни Російської Федерації проти України: з 2014 року, а особливо після повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року, кількість фейкових повідомлень, маніпулятивних матеріалів і пропаганди зросла в десятки разів. За даними Інституту масової інформації та «Детектора медіа», лише за перший рік великої війни зафіксовано сотні тисяч випадків дезінформації, спрямованої на різні сегменти аудиторії [20; 9]. Як зазначає О. Самчинська, дезінформація є навмисним спотворенням або фабрикацією відомостей, що подаються як достовірні, і спрямована на введення в оману певних груп населення [15, с. 32]. Г. Почепцов додає, що фейки перетворилися на потужний інструмент інформаційного впливу, здатний деморалізувати суспільство та змінити політичний ландшафт [3, с. 47].

По-друге, актуальність проєкту пов'язана з трансформацією медіаспоживання молодіжної аудиторії. Серія анонімних опитувань, проведених на початковому етапі функціонування «FactCheckUA», засвідчила: 90 % респондентів отримують новини через Telegram-канали, 40 % — через TikTok, тоді як жоден не назвав телебачення чи традиційні онлайн-медіа основним джерелом інформації. Це зумовлює перенесення фактчекінгових інструментів у середовище, де цільова аудиторія проводить найбільше часу.

По-третє, аналіз конкурентного середовища виявив незайняту нішу. Українські фактчекінгові проєкти (StopFake, VoxCheck, «БезБрехні», «Детектор медіа») зосереджені переважно на текстовому аналітичному

контенті, розрахованому на підготовленого читача. Відсутній ресурс, який системно спростовував би дезінформацію у форматах TikTok та Instagram, зберігаючи при цьому глибину верифікації. Аналіз засвідчив: у вітчизняному фактчекінговому просторі залишається незайнятою ніша мультиплатформного молодіжно-орієнтованого проєкту [7; 8; 9].

Суттєвою характеристикою проєкту є виражена освітня спрямованість. Кожен матеріал містить блок «Алгоритм верифікації», де покроково описано процес перевірки: які офіційні ресурси використано, які нормативні акти проаналізовано, які інструменти застосовано для верифікації зображень і відео. Як зазначає О. Гороховський, фактчек є дієвим медіаінструментом викриття маніпуляцій, але формат подачі доцільно адаптовувати до запитів аудиторії [1, с. 6]. Такий підхід сприяє формуванню в аудиторії навичок самостійної верифікації інформації.

Уся діяльність проєкту відповідає правовим засадам, визначеним Конституцією України (стаття 34 гарантує свободу слова та право на інформацію), Законами України «Про медіа», «Про інформацію», а також Кодексу етики українського журналіста [4; 5; 6; 18; 19]. Усі матеріали базуються на відкритих верифікованих джерелах — офіційних сайтах міністерств, відомств, міжнародних організацій, текстах нормативних актів. Це забезпечує доказовість і прозорість верифікаційного процесу.

Особливо актуальність проєкту підтверджується міжнародним контекстом. Цілі сталого розвитку ООН (ЦСР 16) передбачають розбудову миролюбного та інклюзивного суспільства й забезпечення доступу до правдивої інформації. Резолюції ЮНЕСКО наголошують на пріоритетності розвитку медіаграмотності та протидії дезінформації. Програми Європейського Союзу у сфері медіаосвіти визнають фактчекінг одним із ключових напрямів роботи з молоддю задля зміцнення інформаційної стійкості суспільств.

Медіапроєкт «FactCheckUA» засвідчує на практиці: фактчекінг може бути доступним та динамічним. Він здатен існувати у форматі короткого відео на

20 секунд, карусельним постом з джерелами або інфографікою — і при цьому залишатися доказовим і чесним.

Інноваційність та новизна проєкту. «FactCheckUA», серед проаналізованих ресурсів не виявлено аналогічних студентських мультиплатформних фактчекінгових проєктів, орієнтованих на молодіжну аудиторію у форматах TikTok та Instagram, який поєднує три функції одночасно: оперативне спростування фейків, навчання методам верифікації та систематичний розбір дипфейків і маніпуляцій на основі штучного інтелекту (ШІ). За результатами аналізу конкурентного середовища, жоден з досліджених українських фактчекінгових ресурсів не поєднує усі три функції в одному проєкті у форматах коротких відео і карусельних постів.

Унікальна риса проєкту блок «Як це перевірялося», що публікується в кожному матеріалі. Він перетворює кожен перевірку на навчальний кейс: читач бачить не лише результат, а й покроковий алгоритм роботи з джерелами від офіційних сайтів міністерств до інструментів верифікації відео. Такий підхід відрізняє «FactCheckUA» від медіа, що лише констатують вердикт без розкриття методу.

1.2. Мета і завдання роботи

Мета бакалаврської кваліфікаційної роботи — розробити концепцію, створити та апробувати мультиплатформний медіапроєкт «FactCheckUA», який забезпечує не лише спростування дезінформації, а й навчання аудиторії навичкам самостійної верифікації інформації.

Концепція проєкту. «FactCheckUA» — незалежний авторський мультиплатформний медіапроєкт, що здійснює системну перевірку фактів, які поширюються в українських та міжнародних медіа, соціальних мережах та офіційних комунікаціях. Проєкт базується на принципах доказовості, прозорості методології та доступності результатів верифікації для широкої аудиторії.

Місія проєкту — перевіряти факти, розвінчувати фейки, аналізувати маніпуляції — від здоров'я до політики. Покроково і з джерелами. Без емоцій, лише докази.

Об'єкт бакалаврської кваліфікаційної роботи — явище дезінформації в сучасному медіапросторі України та система методів її виявлення і спростування.

Предмет — авторський мультиплатформний медіапроєкт «FactCheckUA» як практичний інструмент оперативної протидії фейкам та підвищення медіаграмотності аудиторії соціальних мереж.

Завдання бакалаврської кваліфікаційної роботи:

1. Визначити актуальні інформаційні потреби цільової аудиторії через серію опитувань та сформувані на їх основі тематичне наповнення проєкту.
2. Розробити візуальну айдентику, систему рубрикації та структуру проєкту, адаптовану до особливостей платформ Telegram, Instagram та TikTok.
3. Упровадити контент-стратегію, що базується на виробництві різноформатних матеріалів із обов'язковою верифікацією через офіційні джерела.
4. Провести апробацію проєкту в цифровому середовищі та проаналізувати його ефективність через кількісні та якісні показники взаємодії з аудиторією.

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

Методи виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи Для виконання завдань і досягнення мети роботи застосовано загальнонаукові теоретичні та емпіричні методи.

Теоретичними методами здійснено:

1) аналіз і синтез — для опрацювання наукових публікацій з проблем дезінформації, фактчекінгу, пропаганди, медіаграмотності та інформаційної безпеки. Вивчено праці О. Гороховського, Г. Почепцова, К. Рубель, О. Самчинської, Т. Варги, Н. Васильєвої, Ю. Мельника, Д. Дубової, а також матеріали Інституту масової інформації, рекомендації Європейського центру журналістики та звіти Центру протидії дезінформації при РНБО України. Опрацювання цих джерел дало змогу визначити ключові поняття, прослідкувати еволюцію наукових підходів до фактчекінгу та окреслити сучасний стан протидії дезінформації [1; 3; 12; 13; 14; 15; 17; 20];

2) порівняльний аналіз — для вивчення досвіду провідних фактчекінгових платформ. Зіставлено функціонал, підходи до подачі матеріалів, методи роботи з аудиторією та канали поширення контенту — як українських проєктів (StopFake, VoxCheck, «БезБрехні», «Детектор медіа», «По той бік новин»), так і міжнародних ініціатив (PolitiFact, Chequeado). Результатом стала ідентифікація незайнятої ніші: відсутність молодіжно-орієнтованого мультиплатформного ресурсу, адаптованого до форматів TikTok та Instagram; [7; 8; 9]

3) якісний контент-аналіз — для дослідження ворожих інформаційних кампаній, виявлення типових маніпулятивних технік і наративів, а також для аналізу коментарів підписників під публікаціями проєкту, що уможливило оцінку рівня довіри аудиторії та ефективності освітніх матеріалів;

4) узагальнення отриманих результатів — для формулювання висновків щодо ефективності обраної контент-стратегії та редакційної моделі.

Емпіричними методами здійснено:

1) онлайн-опитування — серію анонімних анкет розміщено в Telegram-каналі «FactCheckUA» на початковому етапі його функціонування. В опитуваннях, проведених з лютого по квітень 2026 року, взяли участь 47

респондентів віком від 16 до 35 років. Запитання стосувалися джерел новин, найнебезпечніших видів фейків, поведінки при виявленні поширеного фейку та уподобань щодо форматів контенту;

2) спостереження (моніторинг) — для оцінки ефективності медіапроєкту через кількісні та якісні показники: кількість підписників, переглядів, реакцій, коментарів, репостів, а також характер взаємодії аудиторії з контентом на трьох платформах впродовж лютого–травня 2026 року;

3) емпіричний метод — безпосереднє створення та просування медіапроєкту в цифровому середовищі. Зібрані дані відображають реальну динаміку розвитку проєкту, ефективність різних форматів контенту (карусельні пости, Reels, короткі відео), а також характер взаємодії з підписниками.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОЄКТУ «FACTCHECKUA»

2.1. Теоретико-методологічні засади

Еволюція явища дезінформації та фактчекінгу

Проблема дезінформації не є новою, однак із розвитком цифрових технологій вона набула якісно нових масштабів. Ще у XX столітті пропаганда слугувала інструментом формування громадської думки. Однак поява інтернету, соціальних мереж і месенджерів принципово змінила ситуацію: виникло середовище, у якому неправдива інформація поширюється миттєво і безперешкодно. Як зазначає Т. Варга, дезінформація та пропаганда стали основними інструментами гібридної війни проти України, оскільки вони здатні впливати на значно ширшу аудиторію, ніж традиційні військові засоби [13, с. 526–531].

Дослідниця Д. Дубова виокремлює кілька різновидів дезінформації: неправдивий факт (fake fact), неправдиве джерело (fake source), неправдивий контекст (fake context), а також невідповідність заголовка змісту (click-bait) [16, с. 26–27]. Усі ці форми поширені в інформаційному просторі України. Особливої уваги заслуговує загроза дипфейків — реалістичних відео- та аудіоматеріалів, створених за допомогою генеративного штучного інтелекту. За даними А. Вальорської, з 2019 року кількість підроблених відео зросла більш ніж на 500%, і значна частина з них використовується для політичних маніпуляцій та дискредитації осіб [10, с. 18]. Сьогодні для створення переконливого дипфейку вже не потрібне спеціальне обладнання — достатньо смартфона та безкоштовного застосунку. Саме тому рубрика #медіа у «FactCheckUA» зосереджена не лише на текстових фейках, а й на аналізі підозрілих відео та аудіоматеріалів. Для їх верифікації застосовуються Deepware Scanner (аналіз ознак ШІ-генерації), InVID/WeVerify (зворотний пошук відеофрагментів), Foto Forensics (метадані зображень). Детальний опис

кожного кроку перевірки публікується у блоці «Як це перевірялося» — щоб читачі могли відтворити алгоритм самостійно.

Окремої уваги потребує розмежування типів інформаційних порушень. Дослідники К. Уордл та Г. Дерахшан пропонують розрізняти три категорії: дезінформація (disinformation) — навмисне поширення неправдивого контенту з метою заподіяння шкоди; хибна інформація (misinformation) — неправдивий контент без наміру завдати шкоди; шкідлива інформація (malinformation) — правдивий контент, що використовується з метою заподіяння шкоди [23, с. 5]. Ця типологія слугує методологічною основою для класифікації контенту в проєкті «FactCheckUA»: вона дає змогу точно визначати характер кожного конкретного фейку та обирати відповідну стратегію спростування.

Фактчекінг як журналістська практика

У сучасному розумінні фактчекінг — це систематична перевірка публічно висловлених тверджень з метою підтвердження або спростування їх достовірності. Як зазначає О. Гороховський, ця практика стала дієвим медіаінструментом викриття політичних маніпуляцій та фактичних спекуляцій на болючих соціальних темах, платформою для глибоких розслідувань, підкріплених фактами з відкритих джерел [1, с. 6]. Разом з тим варто розмежовувати фактчекінг і верифікацію. Верифікація — це технічна перевірка автентичності зображення, відео або повідомлення. Фактчекінг передбачає глибший аналіз: не лише встановлення автентичності джерела, а й оцінку контексту, зіставлення з іншими даними та формулювання аргументованого вердикту. Як описано в «Посібнику з верифікації» К. Сілвермана, процес верифікації включає перевірку автентичності аккаунту, оригінальності контенту, дати публікації та географічного розташування [24, с. 23]. У проєкті «FactCheckUA» поєднуються обидва підходи.

Сучасна теорія журналістики виокремлює три основні структури: журналістику думки, журналістику факту та журналістику сенсу. Фактчекінг належить саме до журналістики сенсу, яка спрямована на пошук правди, встановлення істини подій і публічних заяв та визначення реальних взаємозв'язків між ними. «FactCheckUA» — саме такий проєкт: тут не переказують новини і не висловлюють думок без доказів. Кожне твердження або підтверджується першоджерелами, або спростовується — і читач бачить, як саме

Дослідники Е. Тандок, З. Лім та Р. Лінг, аналізуючи різні наукові визначення «фейкових новин», виокремлюють шість основних типів: сатиру, пародію, фабрикацію, маніпуляцію, рекламу та пропаганду [26]. Ця типологія підкреслює, що «фейк» є узагальненим терміном, за яким стоять принципово різні явища, що вимагають різних підходів до спростування. У практиці «FactCheckUA» ця класифікація є основою системи вердиктів: «фейк» (свідома фабрикація), «маніпуляція» (справжній факт у викривленому контексті), «застаріла інформація» (правдивий факт, що вже втратив актуальність). Кожен вердикт має своє кольорове позначення — червоне, жовте або зелене — що дозволяє зчитувати суть матеріалу за частки секунди. У роботі використовувалися як первинні, так і вторинні джерела інформації. До первинних джерел належать офіційні документи органів державної влади, повідомлення міжнародних організацій, статистичні дані, а також результати власних опитувань аудиторії проєкту «FactCheckUA». Вторинними джерелами стали наукові статті, монографії, методичні посібники та аналітичні матеріали, присвячені проблемам дезінформації, фактчекінгу та медіаграмотності.

Аналіз конкурентного середовища

Перед запуском проєкту вивчено досвід українських та зарубіжних фактчекінгових ініціатив. StopFake, заснований у 2014 році випускниками та студентами Могілянської школи журналістики, спеціалізується на викритті

російської пропаганди та функціонує 13 мовами. VoxCheck, що діє з 2016 року в структурі аналітичної платформи VoxUkraine, зосереджений на перевірці заяв політиків та економічних міфів. «БезБрехні» (2018) працює з регіональним фактчекінгом. Усі ці ресурси виконують вагомую роботу, проте їхній контент здебільшого є текстовим і значним за обсягом, орієнтованим на підготовленого читача.

Серед міжнародних проєктів варто відзначити PolitiFact (США), який перевіряє заяви політиків з 2007 року, та Chequeado (Аргентина), що спеціалізується на верифікації публічних тверджень. Обидва ресурси використовують систему оцінювання правдивості за шкалою від «правди» до «брехні», що було адаптовано і для «FactCheckUA». ЮНЕСКО у своїй методологічній настанові щодо протидії дезінформації наголошує, що ефективний фактчекінговий контент доцільно адаптовувати до рівня медіаграмотності цільової аудиторії з урахуванням специфіки платформ поширення [25].

Аналіз конкурентного середовища засвідчив: серед проаналізованих вітчизняних фактчекінгових ресурсів не виявлено молодіжно-орієнтованого мультиплатформного проєкту у форматах коротких відео. Проаналізовані ресурси не мають систематичного контенту про дипфейки та ШІ-маніпуляції у форматах TikTok чи Instagram, не розкривають методологію перевірки покроково і не навчають аудиторію верифікувати самостійно. «FactCheckUA» поєднує функції перевірки фактів, пояснення методів верифікації та медіаосвіти — у форматах, де молодіжна аудиторія споживає контент найактивніше.

Стандарти фактчекінгу та цільова аудиторія проєкту

Міжнародна мережа фактчекінгу (IFCN), заснована у структурі Інституту Пойнтера, розробила кодекс принципів для організацій, що займаються перевіркою фактів. Кодекс охоплює п'ять основних вимог: неупередженість у виборі матеріалів для перевірки; прозорість джерел; прозорість фінансування;

прозорість методології; відкрита корекція помилок [2]. При створенні «FactCheckUA» ці принципи були взяті за орієнтир: кожен матеріал супроводжується посиланнями на першоджерела, а вердикт завжди обґрунтований конкретними даними.

Важливим теоретичним орієнтиром стала типологія фактчекінгових організацій, поширена у міжнародній медіадослідницькій практиці, яка розрізняє три основні моделі: незалежні фактчекінгові видання, фактчекінгові відділи при традиційних медіа та громадські ініціативи. «FactCheckUA» найточніше відповідає третій моделі — студентської громадської ініціативи з авторською редакційною незалежністю. Ця модель передбачає максимальну гнучкість у виборі тем і форматів, проте вимагає особливо чіткого дотримання методологічних стандартів, аби компенсувати відсутність інституційного авторитету великого медіа. Саме тому методологічна прозорість — не лише редакційний принцип «FactCheckUA», а й інструмент довіри аудиторії.

Порівняльний аналіз конкурентного середовища, проведений на підготовчому етапі проєкту, виявив системну закономірність: усі досліджені українські фактчекінгові ресурси переважно орієнтовані на читача, який вже має мотивацію перевірити інформацію і готовий опрацьовувати розгорнутий текстовий матеріал. StopFake публікує детальні розбори з численними посиланнями — формат, зручний для дослідника, проте відносно громіздкий для молодіжної аудиторії соціальних мереж. VoxCheck спеціалізується на перевірці заяв конкретних посадовців, що передбачає певний рівень попередньої обізнаності читача з контекстом. «БезБрехні» ефективно працює з регіональними темами, однак не має систематичного відеоконтенту. За результатами аналізу, серед досліджених ресурсів не виявлено послідовної присутності у TikTок як каналі залучення нової молодіжної аудиторії. Цей висновок підтвердив обґрунтованість обраної стратегії та визначив формат першого контенту проєкту «FactCheckUA».

Первинна цільова аудиторія «FactCheckUA» — молодь віком від 16 до 35 років, яка активно споживає новини через соціальні мережі. Це цифрові нативи, які звикли до швидкого споживання контенту, проводять у соціальних мережах від трьох до шести годин на добу, цінують автентичність та прозорість. Основним пристроєм для споживання контенту є смартфон. Улюблені формати — короткі відео (TikTok, Instagram Reels), інфографіка, карусельні пости. Вторинна аудиторія — журналісти, медіаексперти, викладачі та студенти медійних спеціальностей, які використовують «FactCheckUA» як навчально-методичний ресурс.

Звіт Reuters Institute Digital News Report (2025) підтверджує загальну тенденцію: молодь до 35 років дедалі активніше споживає новини через соціальні мережі, зокрема TikTok та Instagram, тоді як споживання традиційних медіа — телебачення та друкованої преси — стрімко скорочується [27]. Отримані дані свідчать про доцільність вибору саме цих платформ для реалізації проєкту.

Соціальні мережі як середовище поширення дезінформації та платформа для фактчекінгу

Для молоді сьогодні соціальні мережі і месенджери — це і є новини. Не доповнення до телебачення чи газет, а основне джерело. Як показало опитування, проведене на старті проєкту «FactCheckUA», переважна більшість учасників опитування отримують новини через Telegram-канали, ще 40% — через TikTok, і жоден не обрав традиційні медіа як основне джерело. Ці дані збігаються з тим, що фіксує Reuters Institute: покоління Z отримує новини переважно через соціальні мережі, і ця тенденція лише посилюється [27].

Проте ці ж платформи стали й основним каналом поширення дезінформації. Як зазначає Д. Дубова, соціальні медіа створили ідеальне середовище для вірусного поширення фейків завдяки алгоритмам, що просувають емоційно забарвлений контент, можливості анонімного створення акаунтів і каналів, а

також швидкості обміну повідомленнями [16, с. 24]. Особливо небезпечними є закриті групи в месенджерах, де дезінформація поширюється безконтрольно, а спростування часто не доходять до адресата. Центр протидії дезінформації при РНБО України неодноразово фіксував скоординовані кампанії, коли одна й та сама фейкова новина одночасно з'являлася в десятках Telegram-каналів, створюючи ілюзію масового підтвердження [21].

Водночас саме соціальні мережі надають широкі можливості для фактчекінгу. По-перше, соціальні мережі уможливлюють оперативне відстеження появи нових фейків через моніторинг популярних каналів і хештегів. По-друге, вони забезпечують прямий контакт з аудиторією — читачі можуть надсилати підозрілі матеріали на перевірку через коментарі та особисті повідомлення, що реалізовано в «FactCheckUA». По-третє, алгоритми платформ сприяють органічному поширенню якісного фактчекінгового контенту без рекламних витрат, що суттєво для студентського проєкту.

2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту

Загальна концепція мультиплатформності

«FactCheckUA» функціонує одночасно на трьох платформах — Telegram, Instagram та TikTok — з адаптованим під кожну з них контентом при збереженні єдиної редакційної політики та ідентичності бренду. Архітектура проєкту побудована за принципом екосистеми: TikTok виконує роль основного каналу залучення нової аудиторії, Instagram слугує додатковою вітриною з візуальними картками та Reels, а Telegram є головним майданчиком для детального аналізу.

Основною цільовою аудиторією проєкту є молоді люди віком від 16 до 35 років, які активно споживають інформацію через соціальні мережі. Саме ця категорія користувачів найчастіше отримує новини через TikTok, Instagram та Telegram, що підвищує ризик контакту з дезінформацією. Проєкт

орієнтований на сприяння формуванню навичок критичного мислення, перевірки фактів та відповідального споживання інформації. Вибір платформ для реалізації «FactCheckUA» зумовлений поведінковими моделями цільової аудиторії: мобільне споживання, перевага відеоформатам і візуальному контенту, схильність до горизонтального поширення матеріалів через репости і сторіс.

Telegram-канал (@FactCheckUa)

Центральний майданчик проєкту, де публікується весь ексклюзивний аналітичний контент у повному обсязі. Канал нараховує 61 підписника. Система навігації забудована за допомогою хештегів: #здоров'я, #політика, #медіа, #суспільство, #технології, а також освітньої рубрики #Корисно. Закріплене повідомлення «Навігація каналом» містить усі рубрики та посилання.

Telegram як платформа надає широкі можливості для аналітичного контенту: необмежений обсяг тексту, підтримку форматування (жирний шрифт, курсив, гіперпосилання), вбудовані опитування та реакції. Ці технічні можливості повністю відповідають потребам фактчекінгового проєкту, де важлива деталізація аргументації та зрозумілість посилань на джерела.

Instagram (@factcheckua)

Instagram виконує роль візуальної вітрини проєкту та додаткового каналу залучення аудиторії. Канал нараховує 115 читачів. Тут публікуються карусельні пости з перевіркою тверджень, Reels із короткими динамічними спростуваннями, а також Stories з оперативними мініперевірками та опитуваннями. Серед опублікованих матеріалів — розбори дипфейкових відео у TikTok із зображенням «літніх українок», спростування фейку про біологічну зброю в лабораторіях, перевірка фейкової розсилки від імені Euronews про крадіжку авіаквитків, а також освітній матеріал «Як розпізнати

діпфейк — 6 ознак» і пост «3 найпоширеніші прийоми маніпуляції 2026 року». Посилання в описі профілю скеровують трафік до основного Telegram-каналу. Карусельний формат є особливо ефективним для фактчекінгу: перший слайд привертає увагу провокаційною цитатою фейку, другий демонструє вердикт, наступні слайди покроково описують процес перевірки, фінальний слайд містить посилання на джерела. Така структура відповідає алгоритмічним вимогам Instagram і забезпечує вищий рівень залученості порівняно зі звичайними публікаціями.

TikTok (@factcheckua)

TikTok є основним каналом залучення молоді аудиторії та нараховує 112 підписників. Форматна специфіка платформи передбачає короткі відео (15–30 секунд) у жанрах «Фейк чи правда?», «Як перевірити за 60 секунд», а також розбори актуальних фейків. TikTok характеризується вищим органічним охопленням, що робить його ключовим інструментом залучення нових підписників.

Порівняльний аналіз трьох платформ унаочнює їхні функціональні відмінності:

Параметр	Telegram	Instagram	TikTok
Основна функція	Аналітика / архів	Візуальна вітрина	Охоплення нової аудиторії
Формат контенту	Текст, графіка	Карусель, Reels	Короткі відео
Глибина матеріалу	Повна (500-1000 знаків)	Середня (300–500 знаків)	Мінімальна (15–30 с)
Алгоритмічне охоплення	Низьке	Середнє	Високе
Підписників	61	115	112

Візуальна айдентика

Логотип проєкту — збільшувальне скло на фоні карти України в синьо-жовтих кольорах одразу зчитується як символ пошуку правди в українському контексті. Назва «FactCheckUA» є лаконічною і розшифровується без пояснень (Див. Додаток А). Кожен пост у стрічці Instagram витриманий у єдиній кольоровій гамі: темний фон, яскраві акцентні кольори для вердикту (червоний для фейку, жовтий для маніпуляції, зелений для підтвердженої інформації), крупний жирний текст для мобільного перегляду. Підпис на кожному пості «FactCheckUA» забезпечує впізнаваність навіть при перегляді без заходу в акаунт. Читач зчитує суть матеріалу за частки секунди ще в стрічці, не відкриваючи пост.

Система хештегів виконує роль навігаційної карти каналу: #здоров'я, #політика, #медіа, #суспільство, #технології, #Корисно. Кожен хештег є тематичним розділом, що охоплює всі перевірки за відповідною темою. Такий підхід забезпечує зручну навігацію без потреби в складній технічній структурі.

2.3. Контент та засоби виразності

Контент «FactCheckUA» є мультимедійним: поєднання текстово-графічного та аудіовізуального форматів забезпечує комунікацію з аудиторією на різних платформах. Кожен матеріал має уніфіковану структуру: спочатку подається цитата фейку, далі візуальний вердикт, потім лаконічне пояснення реального стану справ, після чого блок «Алгоритм верифікації» з конкретними кроками, і нарешті перелік використаних джерел із посиланнями. Читач бачить не лише результат перевірки, а й весь її хід — тобто може відтворити той самий алгоритм самостійно.

Окремим напрямом є рубрика #Корисно — це освітні матеріали без прив'язки до конкретного фейку. Тут публікуються покрокові інструкції та пояснення: як розпізнати дипфейк, як перевірити зображення через зворотний пошук, що таке інформаційно-психологічна спеціальна операція (ІПСО) і як вона працює, чому алгоритми соціальних мереж підсилюють емоційний (часто

неправдивий) контент. Пост «5 ознак того, що новина — фейк» зібрав 27 реакцій, а опитування «Як ти реагуєш, коли виявляєш, що поширив(-ла) фейк?» спровокувало активну дискусію в коментарях — підписники ділилися власним досвідом. Це підтверджує, що аудиторія не лише споживає контент, а й осмислює власну медіаповедінку.

Аудіовізуальний контент для TikTok та Instagram Reels будується за принципом кліпового монтажу. Використовуються динамічна графіка, текстові оверлеї, фонові музика. Хронотоп відео враховує специфіку кожної платформи: для TikTok — до 30 секунд, для Instagram — до 90 секунд. Ключове твердження розміщується в перших трьох секундах для утримання уваги.

Принципи, на яких базується контент проекту: доказовість (вердикт спирається на першоджерела та офіційні документи); прозорість методології (усі кроки перевірки публічно описано); доступність (мова матеріалів адаптована до молодіжної аудиторії); оперативність (публікація відповіді на фейк не пізніше 24 годин після його виявлення); мультиплатформна адаптація (один і той самий матеріал адаптується під кожен платформу). Верифікаційні стандарти «FactCheckUA» узгоджені з кодексом IFCN (International Fact-Checking Network) [2]. «FactCheckUA» дотримується кожного з них: джерела вказуються у тексті, вердикти спираються виключно на офіційні документи, у разі помилки публікується виправлення з позначкою «оновлено». Мова матеріалів свідомо адаптована до молодіжної аудиторії. Речення короткі, складні терміни пояснюються одразу. Заголовки формулюються у форматі запитання («Чи правда, що...?») або провокаційного твердження — це підвищує зупинку у стрічці та відповідає алгоритмічним вимогам платформ. Кожен матеріал проходить самоперевірку за контрольним списком: чи вказано першоджерело, чи перевірено зображення, чи є посилання на офіційний документ, чи коректно сформульовано вердикт.

Приклади перевірених матеріалів свідчать про широкий тематичний діапазон проєкту. Серед резонансних — розбір дипфейкових відео із зображенням «літніх українок», які масово поширювалися у Telegram-каналах навесні 2026 року. Для верифікації застосовано Deerware Scanner для аналізу ознак III-генерації, InVID/WeVerify для зворотного пошуку відеофрагментів та перехресну перевірку через верифіковані медіа. Результат: відео визначено як дипфейк, пост отримав понад 30 реакцій та кілька репостів у тематичних групах з медіаграмотності.

Творча лабораторія: як створюється матеріал. Робота над кожним матеріалом «FactCheckUA» починається з моніторингу Telegram-каналів, груп у Facebook та коментарів у соціальних мережах. Фейк вважається гідним перевірки, якщо він поширюється масово, стосується здоров'я, безпеки або прав громадян, або ж викликає сильну емоційну реакцію без посилання на першоджерело — саме ці ознаки свідчать про маніпулятивний потенціал.

Верифікація будується за фіксованим алгоритмом: перший крок — пошук першоджерела твердження; другий — перевірка через офіційні сайти органів влади, міжнародних організацій або тексти нормативних актів; третій зворотний пошук зображень або аналіз метаданих відео за потреби; четвертий — перехресна перевірка через верифіковані медіа (ІМІ, «Детектор медіа», MediaSapiens). Весь цей процес описується у блоці «Як це перевірялося» і публікується разом з матеріалом, щоб аудиторія могла відтворити кожен крок самостійно [9; 20].

Один матеріал у форматі карусельного посту займає від двох до чотирьох годин: пошук джерел, написання тексту, верстка в Canva, адаптація для кожної платформи. Коротке відео для TikTok або Reels потребує додатково часу на монтаж у CapCut. Такий підхід до виробництва контенту забезпечує достовірність кожного матеріалу і відрізняє «FactCheckUA» від каналів, що публікують новини без верифікації.

Жанрова природа контенту та психологія його сприйняття

Контент «FactCheckUA» представлено у трьох основних форматах, кожен з яких адаптований до особливостей конкретної платформи. Карусельний пост в Instagram будується за простою структурою: перший слайд містить цитату або заголовок фейку, другий — вердикт, наступні — покроковий опис перевірки, останній — перелік джерел. Текстовий допис у Telegram розгорнутіший: він містить детальний опис ходу верифікації у блоці «Як це перевірялося». Відео для ТікТок коротке — до 30 секунд — і будується за схемою: твердження, спростування, висновок з посиланням на джерела. Три платформи разом дозволяють охопити аудиторію, яка звикла до різних форматів споживання контенту.

Психологія сприйняття візуального контенту відіграє важливу роль у побудові ефективного фактчекінгового повідомлення. Дослідники у сфері когнітивної психології та медіакомунікацій зазначають, що зображення з кольоровим кодуванням засвоюються аудиторією значно швидше, ніж суцільний текст, а колір відіграє роль миттєвого сигналу ще до прочитання змісту. Саме на цьому принципі побудована система вердиктів «FactCheckUA»: червоний колір сигналізує про фейк, жовтий — про маніпуляцію, зелений — про підтверджену інформацію. Читач зчитує суть матеріалу ще до того, як починає читати текст, що особливо важливо в умовах швидкого перегляду стрічки соціальних мереж.

Конкретним прикладом, що ілюструє редакційну модель проєкту, може слугувати матеріал про нібито платний медичний скринінг, що масово поширювався в Telegram-каналах навесні 2026 року. Повідомлення стверджувало, що з певної дати профілактичний огляд стане платним і коштуватиме кілька тисяч гривень. Перший крок верифікації — пошук першоджерела: жодне офіційне повідомлення МОЗ або НСЗУ цього не містило. При перевірці медичних тверджень додатково використовуються офіційні рекомендації Всесвітньої організації охорони здоров'я [22]. Другий

крок — дзвінок на гарячу лінію НСЗУ: оператор підтвердив, що профілактичний пакет залишається безкоштовним для пацієнтів з декларацією. Третій крок — перевірка тексту відповідного наказу на сайті Кабінету Міністрів України. Весь цей ланцюжок — три конкретні дії, три конкретні джерела — описано у блоці «Як це перевірялося» поруч із вердиктом ФЕЙК. Пост отримав 34 реакції, кілька репостів у тематичних медичних групах і кілька коментарів із вдячністю від підписників, які вже встигли занепокоїтися через поширюваний фейк. Цей приклад свідчить про зацікавленість аудиторії процесом перевірки і може вказувати на формування критичнішого ставлення до споживаної інформації.

2.4. Технічні й програмні засоби

Основним обладнанням для виробництва контенту слугують ноутбук персональний (пошук даних, верстка карток, написання текстів) та смартфон з операційною системою iOS (зйомка відео, запис скрінкастів, публікація постів). Програмне забезпечення охоплює такі інструменти:

Canva Pro — основний інструмент графічного дизайну для створення карток фактчекінгу, обкладинок, шаблонів. Обрано завдяки зручності, наявності готових шаблонів для соціальних мереж та можливості збереження фірмової стилістики (кольори, шрифти, логотип) у Brand Kit.

CapCut — відеоредактор для монтажу коротких відео. Забезпечує автоматичне додавання субтитрів, наявність шаблонів для TikTok та Instagram Reels, підтримку вертикального відеоформату (9:16).

InVID/WeVerify — плагін для браузера, що дозволяє аналізувати метадані відеофайлів, визначати дату та місце завантаження відео на YouTube чи Facebook, виконувати зворотний пошук фрагментів відео.

Google Reverse Image Search — інструмент для зворотного пошуку зображень, що дозволяє встановити оригінальне джерело фотографії та з'ясувати, чи не використовується вона поза контекстом.

Telegram, Instagram, TikTok — мобільні та десктопні версії платформ для публікації контенту, взаємодії з аудиторією та проведення опитувань.

2.5. Сфера застосування та результати апробації

«FactCheckUA» може використовуватися в кількох напрямках: як незалежний медіаресурс для оперативного спростування дезінформації; як освітня платформа для уроків медіаграмотності в школах та університетах [11]; як інструмент журналістики участі (аудиторія надсилає підозрілі матеріали на перевірку); як навчально-методичний ресурс для студентів журналістських спеціальностей.

Апробація проєкту тривала з лютого по травень 2026 року. За цей час вдалося залучити аудиторію на трьох платформах і накопичити достатньо даних для первинного аналізу. Сумарна аудиторія трьох платформ становить 288 підписників без використання платної реклами: Telegram — 61, Instagram — 115, TikTok — 112 підписників (198 вподобайок). За означений період було опубліковано понад 30 матеріалів різних форматів: текстові фактчекінгові пости, карусельні публікації, короткі відео, освітні матеріали рубрики #Корисно.

Нижче наведено зведену таблицю кількісних показників апробації медіапроєкту «FactCheckUA» (див. табл. 1):

Таблиця 1

Результати апробації медіапроєкту «FactCheckUA»

Показник	Telegram	Instagram	TikTok	Разом / Середнє
Кількість підписників	61	115	112	288
Середнє охоплення публікації	40	134	278	151

Середня кількість реакцій	18	27	31	25
Кількість перевірених матеріалів	16	11	9	34
Участь в опитуваннях (осіб)	47	–	–	47
Коментарів з позитивним відгуком (%)	78%	82%	71%	77%

Результати апробації засвідчують вищу ефективність коротких відеоформатів у залученні нової аудиторії, тоді як аналітичні текстові матеріали краще сприяють формуванню довіри та утриманню підписників.

Коментарі підписників свідчать про практичну корисність матеріалів — «Це дуже корисна інформація, дякую», «Нарешті хтось пояснив, як це перевірити». Окремі підписники надіслали власні приклади підозрілих матеріалів із проханням їх перевірити, що може свідчити про поступове формування довіри до проєкту.

Аналітика TikTok-акаунту @factcheckua

Аналітичні дані платформи TikTok за період 7 травня – 3 червня 2026 року засвідчують стійке зростання аудиторії акаунту @factcheckua. Загальна кількість глядачів за цей місяць становить 1 545 осіб, з яких 1 512 — нові глядачі, що відповідає приросту +49,9% порівняно з попереднім аналогічним періодом. Такий показник приросту свідчить про органічне поширення контенту без використання платного просування (див. Додаток В).

Демографічний профіль аудиторії підтверджує відповідність проєкту заявленій цільовій групі. За віковим розподілом: 47,5% глядачів — вікова категорія 18–24 роки, 41,0% — категорія 25–34 роки. Таким чином, сумарно 88,5% аудиторії є молоддю віком від 18 до 34 років, що збігається з визначеною первинною цільовою аудиторією проєкту. Вікові категорії 35–44, 45–54 та 55+ разом становлять 11,5% (див. Додаток В).

За статевим розподілом аудиторія TikTok-акаунту складається з 56% чоловіків та 42% жінок (2% — інша категорія). Такий розподіл свідчить про охоплення широкого кола аудиторії незалежно від статі. Відсотковий розподіл за статтю та повний віковий розподіл відображено на скринах аналітики (див. Додаток В).

Для оцінки ефективності проєкту використовувалися такі ключові показники (KPI): приріст аудиторії на кожній платформі, середнє охоплення публікацій, рівень залученості (реакції, коментарі, репости), кількість отриманих запитів на перевірку інформації від аудиторії та участь користувачів в опитуваннях. Дані показники дали змогу оцінити не лише кількісні, а й якісні результати функціонування проєкту — зокрема, ступінь формування критичного ставлення аудиторії до споживаної інформації.

Методика оцінювання ефективності медіапроєкту

Вибір показників для оцінки ефективності «FactCheckUA» пов'язаний з тим, що проєкт є студентським і функціонує без рекламного бюджету. Комерційні метрики на кшталт вартості залучення підписника або ROI у цьому контексті не застосовуються. Основним критерієм була здатність проєкту реально охоплювати цільову аудиторію і поступово формувати в неї навичку перевіряти інформацію.

Система оцінювання охоплює два рівні. Перший — кількісні показники: кількість підписників на кожній платформі (приріст за місяць як індикатор органічного зростання); середнє охоплення публікації (скільки унікальних

користувачів побачили матеріал); загальна кількість переглядів відеоконтенту на TikTok; рівень залученості — engagement rate — як відношення суми реакцій, коментарів і репостів до кількості переглядів. Другий рівень — якісні показники: характер коментарів (позитивні, нейтральні, критичні); кількість запитів від аудиторії на перевірку конкретних матеріалів; участь у внутрішніх опитуваннях каналу як показник активності та довіри.

Наприклад, кількість підписників сама по собі не говорить про якість аудиторії. Telegram-канал з 61 підписниками і середнім охопленням 40 переглядів на публікацію показує вищу залученість, ніж канал з тисячею підписників і охопленням 5%. Тому показник залученості (engagement rate) використовувався поряд із кількісними даними. Найважливішим якісним показником вважалася кількість звернень від підписників з проханням перевірити конкретний матеріал — це пряме свідчення того, що аудиторія починає самостійно помічати підозрілу інформацію, що і є головною метою освітнього фактчекінгового проєкту.

Проблеми та обмеження реалізації проєкту

Попри позитивні результати апробації, реалізація проєкту супроводжувалася низкою труднощів. Насамперед це обмеженість органічного охоплення в соціальних мережах без використання рекламного просування. Алгоритми TikTok та Instagram характеризуються нестабільністю, через що навіть якісний фактчекінговий контент не завжди отримує прогнозоване охоплення.

Додатковим викликом стала необхідність оперативної перевірки великої кількості інформації в умовах постійного оновлення новинного середовища. Процес верифікації потребує значного часу для пошуку першоджерел, аналізу офіційних документів та перевірки контексту повідомлень.

Крім того, проєкт має обмеження, пов'язані з невеликою кількістю підписників на етапі апробації, що обмежує можливість повноцінної оцінки довгострокового впливу контенту на формування медіаграмотності аудиторії.

У перспективі подальшого розвитку доцільним є масштабування проєкту та залучення ширшої аудиторії.

Таблиця 2

SWOT-аналіз медіапроєкту «FactCheckUA»

Сильні сторони	Слабкі сторони
— Мультиплатформність (Telegram + Instagram + TikTok)— Оперативність реагування— Освітня складова (блок “Як це перевірялося”)— Унікальна система кольорових вердиктів— Функціонування без рекламного бюджету	— Невелика аудиторія на етапі апробації— Залежність від алгоритмів соціальних мереж— Обмежені людські ресурси (авторський проєкт)— Значні часові витрати на верифікацію одного матеріалу
Можливості	Загрози
— Розширення аудиторії через органічне охоплення— Співпраця з освітніми установами та громадськими організаціями— Залучення студентів-журналістів до редакції	— Зростання кількості дипфейків та ШІ-маніпуляцій— Інформаційні атаки та тролінг— Нестабільність алгоритмів платформ— Блокування або зміна правил платформ

2.6. Висновки до розділу

В основі проєкту лежить концепція фактчекінгу як журналістики сенсу, адаптована до формату мультиплатформного мікромедіа для молодіжної аудиторії. Структура «FactCheckUA» охоплює три взаємодоповнювальні рівні. Перший — оперативний: спростування актуальних фейків у форматі карусельних постів і коротких відео. Другий — аналітичний: розбір маніпулятивних технік, дипфейків та ШІ-маніпуляцій у матеріалах Telegram-каналу. Третій — освітній: рубрика #Корисно з покроковими інструкціями для самостійної верифікації. Ця трирівнева модель відрізняє «FactCheckUA» від одноформатних фактчекінгових ресурсів. Система візуальної айдентики —

кольорові вердикти, уніфікований логотип, темний фон постів — забезпечила впізнаваність бренду і знизила когнітивне навантаження на читача. Система хештегів виконує роль навігаційної карти: #здоров'я, #політика, #медіа, #суспільство, #технології, #Корисно. Апробація підтвердила правильність мультиплатформної стратегії: TikTok забезпечує охоплення нової аудиторії, Instagram — візуальна вітрина для ключових тез, Telegram — детальний аналіз для лояльної аудиторії. Верифікаційна методологія, описана у блоці «Як це перевірялося», виявилася не лише редакційним стандартом, а й освітнім інструментом: підписники починали надсилати власні запити з припущенням про можливу маніпуляцію — це ознака того, що критичний підхід до інформації поступово засвоюється.

ВИСНОВКИ

1. Досліджено теоретичні засади фактчекінгу. Встановлено, що в умовах повномасштабної інформаційної агресії фактчекінг перетворюється з вузькопрофесійного журналістського інструменту на базову навичку інформаційної безпеки. Проаналізовано досвід українських та зарубіжних фактчекінгових ресурсів (StopFake, VoxCheck, PolitiFact, Chequeado), серед проаналізованих ресурсів не виявлено молодіжно-орієнтованого мультиплатформного проєкту, адаптованого під TikTok та Instagram.

2. Сформульовано концепцію, місію та структуру проєкту «FactCheckUA». Розроблено систему візуальної айдентики (логотип на синьо-жовтому тлі, кольорове кодування вердиктів), а також гнучку контент-стратегію, адаптовану під особливості кожної платформи. Мультиплатформна модель (Telegram + Instagram + TikTok) забезпечує охоплення різних сегментів молодіжної аудиторії.

3. Реалізовано контент-стратегію, що передбачає систематичне виробництво матеріалів різних форматів з обов'язковою перевіркою через офіційні першоджерела. Кожен матеріал містить блок «Як це перевірялося» із покроковим описом верифікації. Підписник бачить не лише результат, а й метод — і може відтворити його самостійно наступного разу.

4. Проведено апробацію проєкту. За кілька місяців роботи без рекламних бюджетів загальна аудиторія трьох платформ становить 288 підписників. В опитуваннях взяли участь 47 осіб. Коментарі підписників і їхні запити на перевірку матеріалів свідчать про те, що проєкт сприяє формуванню навичок розпізнавання фейків та критичного мислення.

За результатами апробації, молодіжна аудиторія сприймає фактчекінговий контент у стислому візуальному форматі з покроковим поясненням. Мультиплатформна модель забезпечує охоплення аудиторії на тих майданчиках, де вона активна, без необхідності залучення рекламного бюджету.

Практика створення «FactCheckUA» засвідчила: головним викликом для фактчекінгового проєкту є не брак інформації, а брак часу на якісну верифікацію в умовах швидкоплинного новинного потоку. Коли фейк поширюється за хвилини, а спростування потребує годин, алгоритми платформ, як правило, просувають емоційний контент раніше за аналітичний. Саме тому освітня функція проєкту — навчання аудиторії самостійно перевіряти інформацію — є не менш важливою, ніж оперативне спростування: критично налаштована аудиторія сама стає додатковим фільтром дезінформації.

Практичне значення проєкту виходить за межі навчального завдання. «FactCheckUA» — діючий канал з живою аудиторією, перевіреними матеріалами і відпрацьованою методологією. За умови масштабування він може стати повноцінною молодіжною редакцією або навчальним майданчиком для курсів медіаграмотності.

Перспективами подальшого розвитку проєкту є створення власного вебсайту з архівом перевірок, впровадження регулярних освітніх вебінарів з медіаграмотності, залучення студентів-журналістів до роботи редакції та співпраця з громадськими організаціями, які займаються протидією дезінформації. У більш широкому контексті — подання заявки на грантове фінансування в рамках програм ЄС та ЮНЕСКО у сфері медіаосвіти та масштабування проєкту до повноцінної молодіжної редакції.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро : ЛІРА, 2017. 133 с.
2. Poynter IFCN Code of Principles. URL: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/> (дата звернення: 01.05.2026).
3. Почепцов Г. Г. Фейк. Технології спотворення реальності. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 175 с.
4. Закон України «Про медіа» від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> (дата звернення: 01.05.2026).
5. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 01.05.2026).
6. Кодекс етики українського журналіста. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 01.05.2026).
7. StopFake : вебсайт. URL: <https://www.stopfake.org/uk/golovna/> (дата звернення: 01.05.2026).
8. VoxCheck F.A.Q. URL: <https://voxukraine.org/uk/voxcheck-f-a-q/> (дата звернення: 01.05.2026).
9. Детектор медіа : вебсайт. URL: <https://detector.media> (дата звернення: 01.05.2026).
10. Вальорська А. Діпфейк та дезінформація / переклад з німецької В. Олійника. Київ : Академія української преси ; Центр вільної преси, 2020. 36 с.
11. Іванова Т. Медіаграмотність та критичне мислення в процесі викладання дисциплін комунікаційного циклу : навч. посіб. Київ : Академія української преси, 2024. 178 с.
12. Рубель К. Р. Фактчекінг як медіатренд в контексті завдань доктрини інформаційної безпеки України. Новинний контент аудіовізуальних мас-медій у соціальному вимірі : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Київ, 2017. С. 8–12.

13. Варга Т. М. Дезінформація та пропаганда як інструменти ведення гібридної війни росії проти України. Аналітично-порівняльне правознавство. 2024. № 6. С. 526–531.
14. Васильєва Н. В. Пропаганда як складова інформаційно-комунікативної політики і загроза національній безпеці. Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2022. № 2. С. 34–41.
15. Самчинська О. Дезінформація: поняття та сутність. Адміністративне право і процес. 2022. № 3(38). С. 32–45.
16. Дубова Д. В. Фейки, пропаганда, дезінформація та виборчий процес: як нам захистити демократичні практики? Київ : ТОВ «Видавництво Сталь», 2019. 254 с.
17. Мельник Ю. Вплив дезінформації на державну інформаційну політику: вітчизняний та зарубіжний досвід. Філософія та політологія в контексті сучасної культури. 2023. Т. 15, № 2. С. 114–119.
18. Дятковський О. С., Габрелян А. Ю. Основні засади та принципи протидії дезінформації. Юридичний вісник. 2024. № 4. С. 30–36.
19. Тімашов В., Ніколаєва Л., Михайличенко В. Правовий захист суспільства від дезінформації. Юридичний науковий електронний журнал. 2022. № 6. С. 288–293.
20. Інститут масової інформації : вебсайт. URL: <https://imi.org.ua/> (дата звернення: 01.05.2026).
21. Центр протидії дезінформації при РНБО України : вебсайт. URL: <https://cpd.gov.ua/> (дата звернення: 01.05.2026).
22. World Health Organization: website. URL: <https://www.who.int> (дата звернення: 01.05.2026).
23. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe, 2017. 108 p.
24. Silverman C. Verification Handbook. European Journalism Centre, 2015. 137 p.

25. UNESCO. Journalism, Fake News and Disinformation. Paris : UNESCO, 2018. 144 p.
26. Tandoc E., Lim Z., Ling R. Defining «Fake News»: A Typology of Scholarly Definitions. Digital Journalism. 2018. Vol. 6, No. 2. P. 137–153.
27. Reuters Institute Digital News Report 2025. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025> (дата звернення: 01.05.2026).

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

1. Покликання на Телеграм «FactCheckUaa» :

<https://t.me/FactCheckUaa>

2. Покликання на Інстаграм «FactCheckUa_»

https://www.instagram.com/factcheckua_?igsh=c3N3ZW85N3M4aHVn

3. Покликання на TikTok «FactCheckUa_»:

https://www.tiktok.com/@factcheckua?_r=1&t=ZG-96z4JnIQJzU

4. Контент-план медіапроєкту «FactCheckUA» на тиждень

Понеділок, Instagram + Telegram: #здоров'я, карусель + текст — «Хантавірус — новий коронавірус?». Джерела: ВООЗ, МОЗ України.

Вівторок, TikTok: #медіа, відео 30 с — «Як розпізнати дипфейк за 30 секунд». Формат: питання-відповідь, субтитри, без слів-тригерів.

Середа, Instagram + Telegram: #суспільство, карусель + текст — «3 найпоширеніші прийоми маніпуляцій 2026 року».

Четвер, Telegram: #Корисно, текст — «5 питань перед поширенням новини».

П'ятниця, Instagram: #політика, карусель — перевірка заяви офіційної особи. Джерела: стенограма, офіційний сайт.

5. Сценарний документ відео для TikTok («3 найпоширеніші прийоми маніпуляцій 2026 року»)

Хронометраж: 45 секунд. Платформа: TikTok (@factcheckua). Формат: динамічний монтаж, субтитри, фонова музика.

0–3 с — гачок: «Тобою маніпулюють. І ти навіть не помічаєш».

3–12 с — прийом 1: «Емоційний заголовок». Субтитр: «Заголовок викликає страх або обурення? Стоп».

12–24 с — прийом 2: «Анонімне джерело». Субтитр: «"За інформацією джерел" = нічого не перевірено».

24–36 с — прийом 3: «Стара фотографія». Субтитр: «Перевір фото через Google Images — 10 секунд».

36–45 с прийом 4: «Читай опис — там повна інструкція». Логотип FactCheckUA.

6. Внутрішній гайд «Алгоритм верифікації FactCheckUA»

Крок 1. Знайти першоджерело твердження. Якщо воно анонімне — це вже сигнал.

Крок 2. Перевірити через офіційні ресурси: сайти міністерств, відомств, міжнародних організацій.

Крок 3. Зворотний пошук зображень (Google Images, TinEye). Deepware Scanner — для відео.

Крок 4. Перехресна перевірка: чи підтвердили верифіковані медіа (ІМІ, «Детектор медіа», MediaSapiens)?

Крок 5. Сформулювати вердикт: ФЕЙК / МАНІПУЛЯЦІЯ / ПІДТВЕРДЖЕНО / НЕДОСТАТНЬО ДАНИХ.

Крок 6. Написати блок «Як це перевірялося»: три-чотири речення, конкретні дії, конкретні джерела.

7. Анкета онлайн-опитування аудиторії медіапроєкту «FactCheckUA»

Опитування проводилося анонімно у Telegram-каналі «FactCheckUA» впродовж лютого–квітня 2026 року. В опитуванні взяли участь 47 респондентів віком від 16 до 35 років. Нижче наведено перелік запитань анкети.

Блок 1. Медіаспоживання

1. Звідки ви переважно отримуєте новини? (Telegram / TikTok / Instagram / YouTube / Телебачення / Інтернет-видання / Інше)
2. Скільки часу на день ви проводите у соціальних мережах? (менше 1 год / 1–3 год / 3–6 год / понад 6 год)

Блок 2. Ставлення до дезінформації

3. Яку тему фейків ви вважаєте найнебезпечнішою? (Здоров'я / Політика / Війна / Економіка / Технології / Інше)
4. Як ви реагуєте, коли виявляєте, що поширили фейк? (Видаляю допис / Публікую спростування / Нічого не роблю / Інше)

Блок 3. Формати контенту

5. Який формат фактчекінгового контенту для вас зручніший? (Короткі відео до 30 с / Карусельний пост з поясненням / Текстовий розбір з джерелами / Інфографіка)
6. Чи перевіряєте ви інформацію перед тим, як поширити її? (Завжди / Іноді / Рідко / Ніколи)

Додаток А

Айдендика проєкту «FactCheckUA»

Логотип медіапроєкту «FactCheckUA»



Рис 1.1

Система вердиктів у навігаційному повідомленні Telegram-каналу
«FactCheckUA»

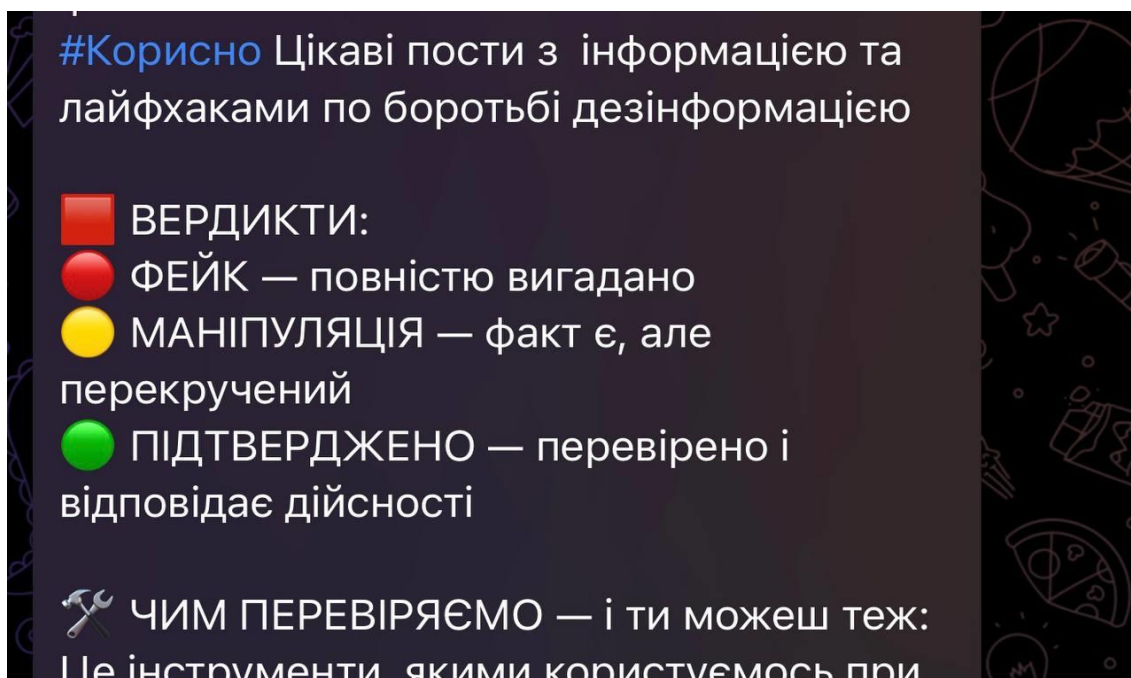


Рис 1.2

Оформлення стрічки Інстаграму «FactCheckua_»

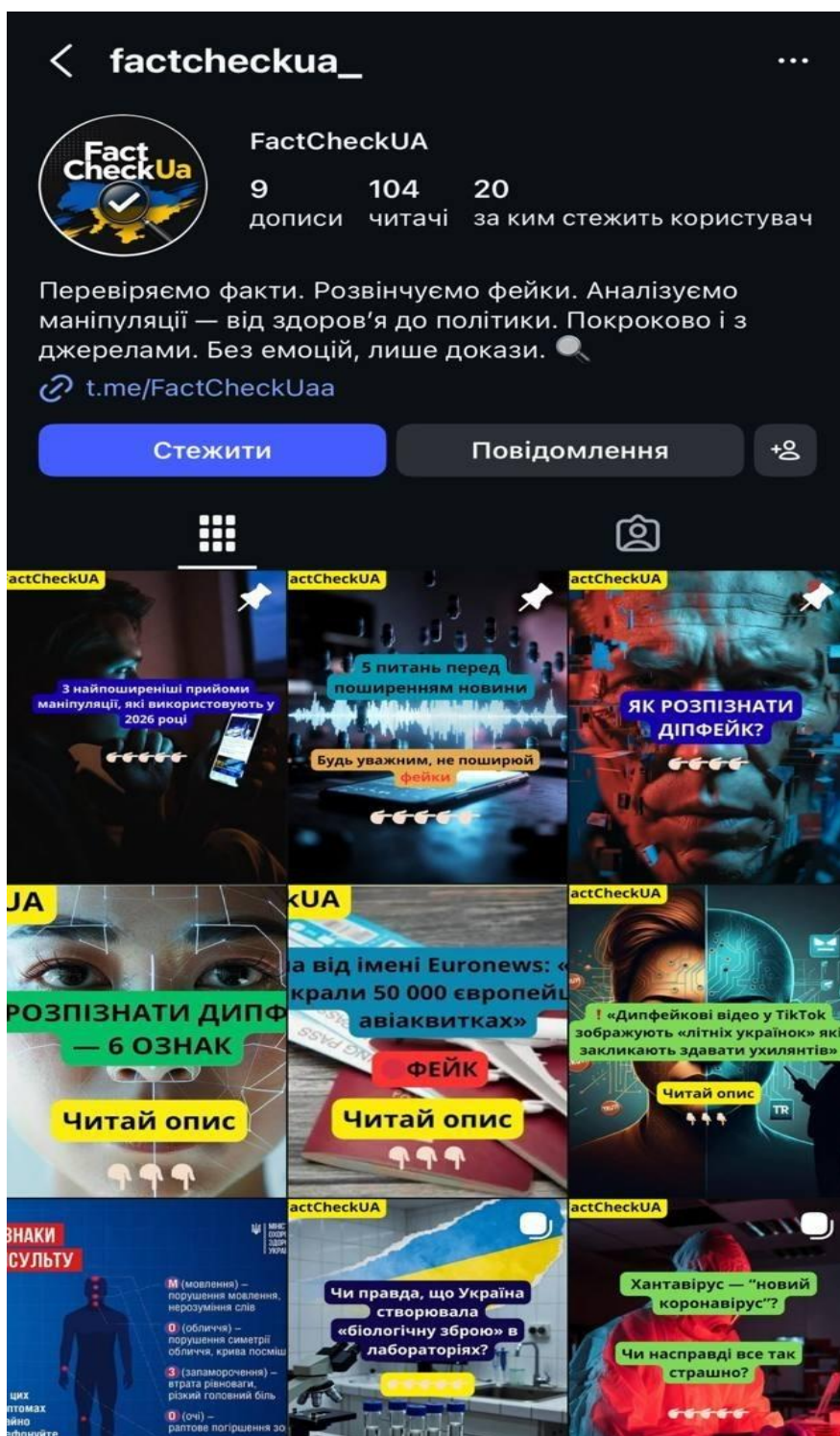


Рис 1.3

Додаток Б

Приклади продуктів проєкту

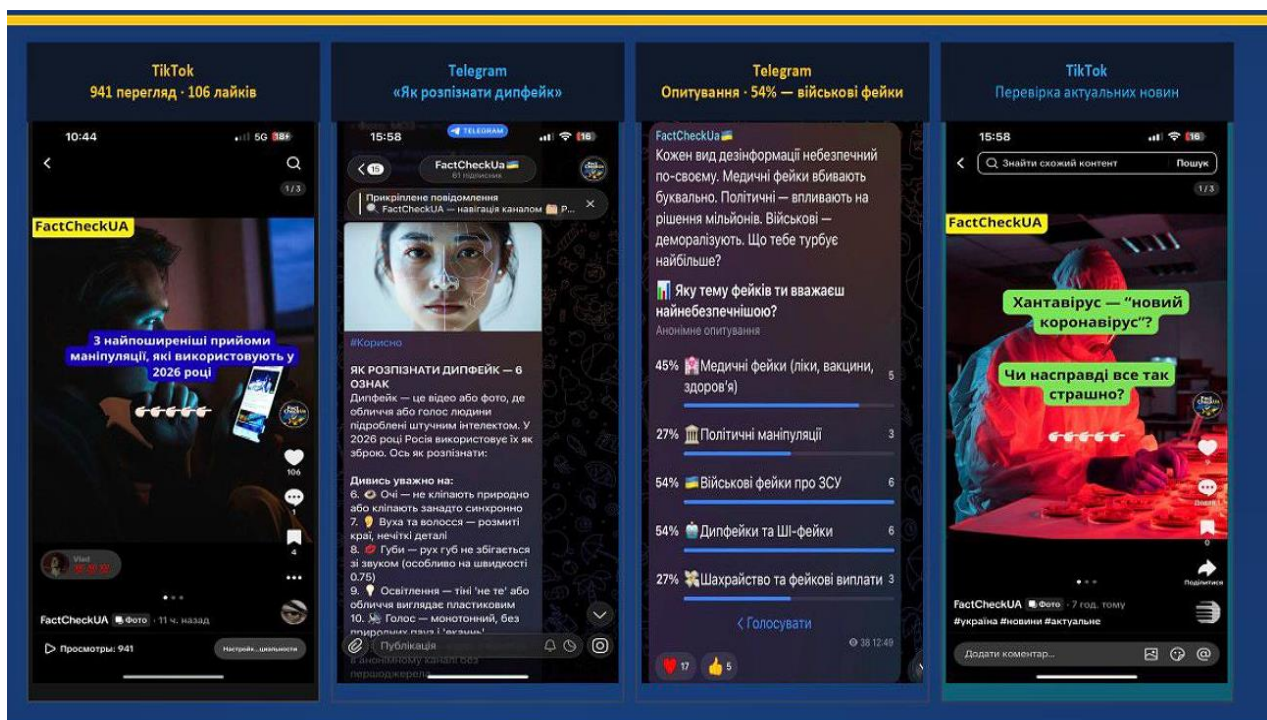


Рис 2.1

Навігація Телеграм каналом «FactCheckUa»

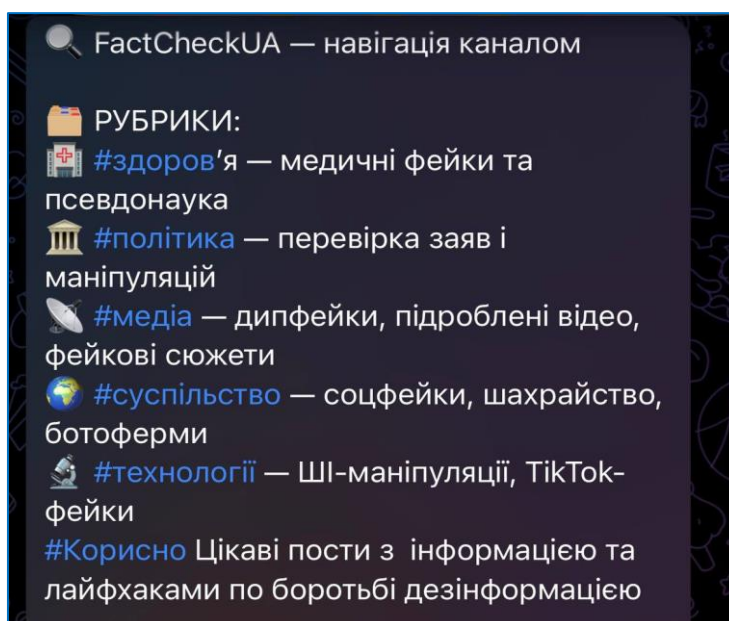


Рис 2.2

Результати анонімного опитування у Telegram-каналі

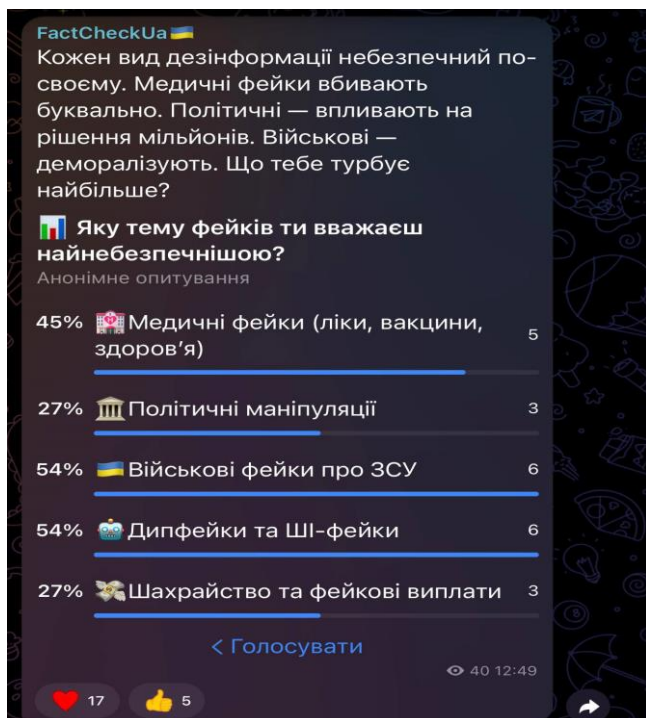


Рис 2.3

Коментарі підписників після навчального посту у Telegram-каналі

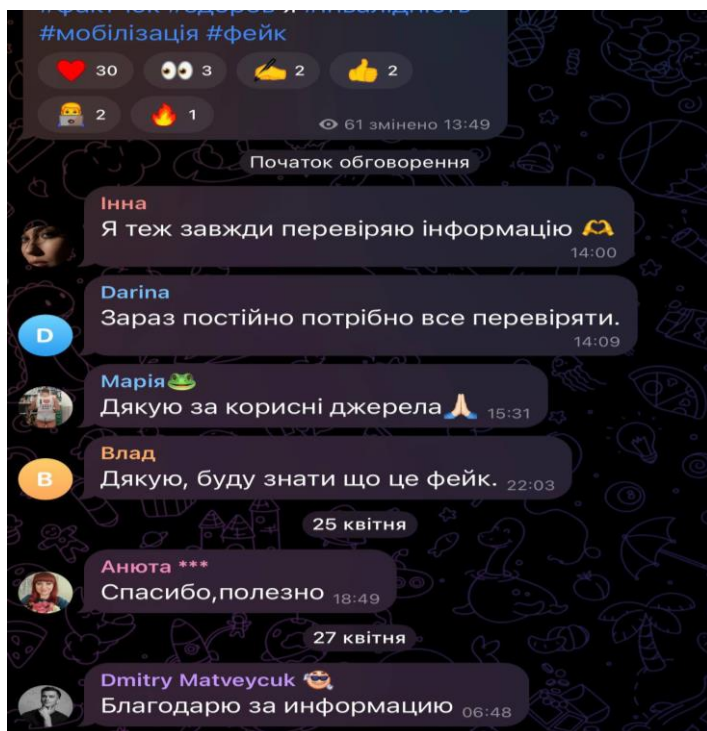


Рис 2.4

Додаток В

Статистичні дані Тік Ток сторінки

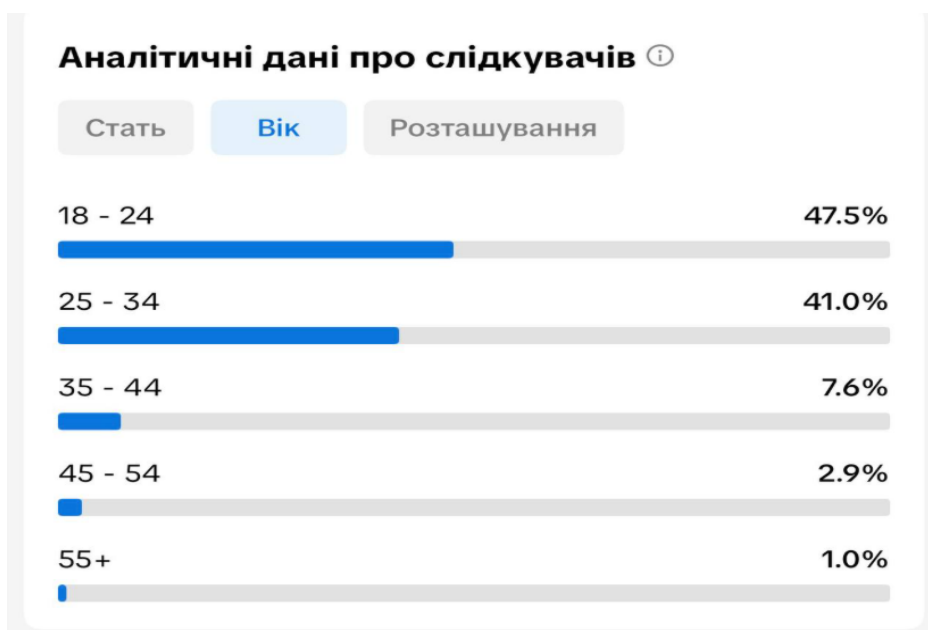


Рис 3.1

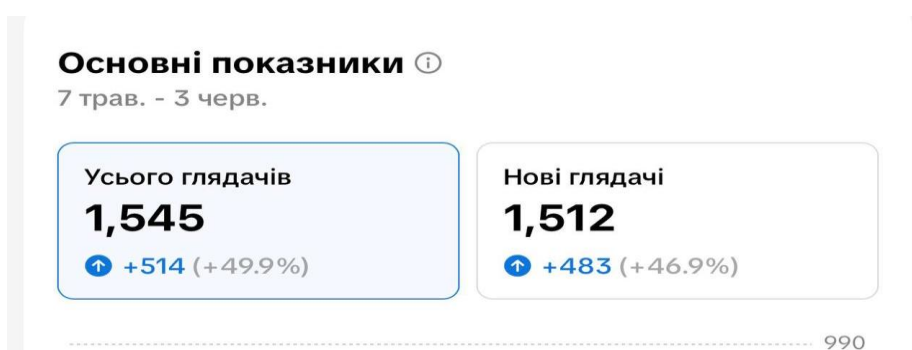


Рис 3.2

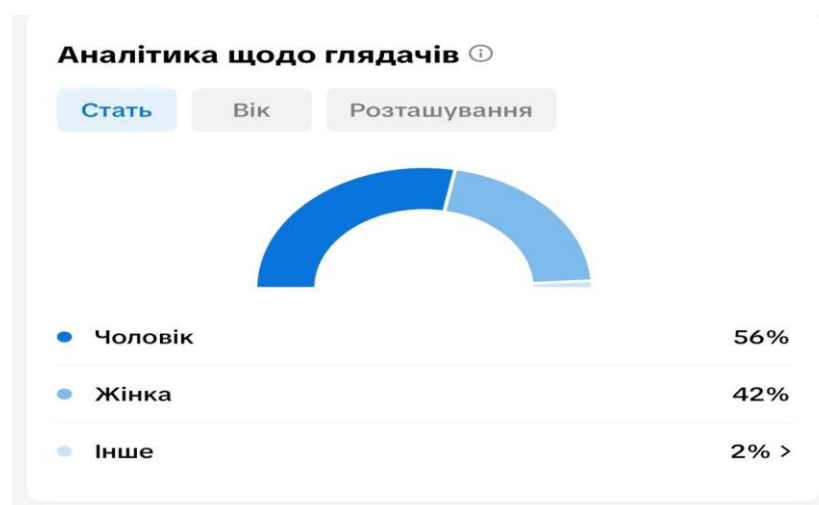


Рис 3.3

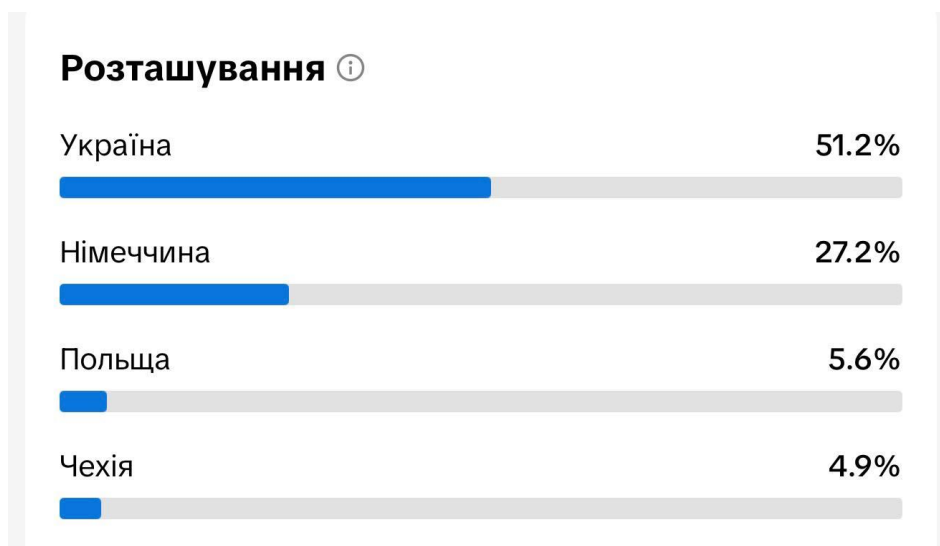


Рис 3.4

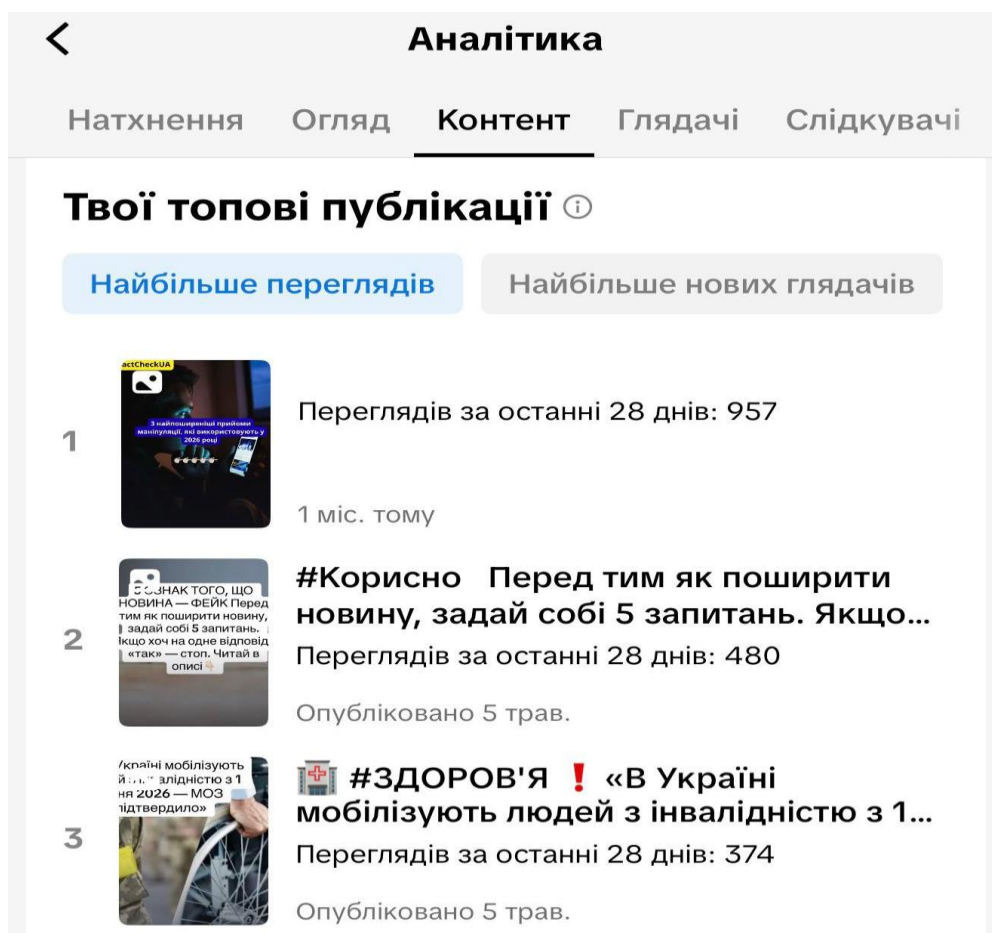


Рис 3.5

V. АНОТАЦІЯ

Кравченко Д.Д «Фактчекінг у системі сучасних медіа як інструмент протидії дезінформації: створення та розвиток медіапроєкту FactCheckUA»

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю «Журналістика». — Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2026.

У роботі досліджено проблему поширення дезінформації в умовах гібридної війни та роль фактчекінгу як методу протидії. Представлено результати розробки, створення та апробації авторського мультиплатформного медіапроєкту «FactCheckUA» (Telegram, Instagram, TikTok). Проєкт спрямований на оперативне спростування медичних, політичних і військових фейків, включно з дипфейками та ШІ-маніпуляціями, а також на формування навичок медіаграмотності. Структура проєкту поєднує три взаємодоповнювальні рівні: оперативний (спростування актуальних фейків), аналітичний (аналіз маніпулятивних технологій і дипфейків) та освітній (навчання самостійній перевірці інформації). Розроблено систему кольорових вердиктів і хештег-навігації. Унікальністю проєкту є блок «Як це перевірялося», що покроково розкриває методику верифікації. Проведено анонімні опитування з загальною участю 47 респондентів. Ефективність підтверджено кількісними та якісними показниками: загальна аудиторія трьох платформ становить 288 підписників без рекламного просування.

Ключові слова: фактчекінг, дезінформація, фейк, медіапроєкт, Telegram, TikTok, медіаграмотність, пропаганда, FactCheckUA.

ANNOTATION

Kravchenko D.D Fact-checking in the Modern Media System as a Tool for Countering Disinformation: Creation and Development of the Media Project FactCheckUA

Bachelor's qualification work in Journalism. — Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, 2026.

The paper investigates the spread of disinformation in Ukraine during hybrid warfare and examines fact-checking as a countermeasure to information aggression. It presents the development, creation, and testing of the author's multi-platform media project «FactCheckUA» operating across Telegram, Instagram, and TikTok. The project debunks medical, political, and military disinformation, including AI-generated deepfakes and manipulative narratives, while simultaneously building media literacy skills among the target audience. The structural foundation combines three complementary levels: operational (debunking current fakes), analytical (examining manipulation techniques and deepfakes), and educational (teaching independent verification). A colour-coded verdict system (red for fake, yellow for manipulation, green for confirmed), hashtag-based navigation, and a unique «How it was verified» section explaining each verification step were developed. Anonymous surveys involving 47 respondents confirmed that 90% of the target audience receives news via social media. The project reached 288 followers across three platforms without advertising budget. Qualitative feedback shows the audience is not only consuming content but changing their media behaviour.

Keywords: fact-checking, disinformation, fake news, media project, Telegram, TikTok, media literacy, propaganda, FactCheckUA.