

Гандзюк В.О., Слотюк П.В., Одобецька І.С.

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЖУРНАЛІСТА

Монографія



Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Гандзюк В.О., Слотюк П.В., Одобецька І.С.

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ЯК ОСНОВА
РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЖУРНАЛІСТА

Монографія

Вінниця – 2025

УДК 371.3:070.44:004.738
Г19

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю (протокол №5 від 3 грудня 2025 р.).

Рекомендовано до друку навчально-методичною комісією факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха (протокол № 3 від 10 грудня 2025 р.)

Рекомендовано до друку Вченою радою Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (протокол № 7 від 24 грудня 2025 р.)

Рецензенти:

- Поплавська Н.М. – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка
- Мітчук О.А. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка
- Завальнюк І.Я. – доктор філологічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Гандзюк В.О., Слотюк П.В., Одобецька І.С.

Г19 Гейміфікація освітнього процесу як основа розвитку професійних компетентностей журналіста. Монографія. Київ: Printto UA, 2025. 196 с.

Монографія «Гейміфікація освітнього процесу як основа розвитку професійних компетентностей журналіста» присвячена дослідженню теоретичних і практичних аспектів застосування гейміфікації та фактчекінгу у журналістській освіті в умовах сучасного медіапростору та розвитку інформаційного суспільства. Вона інтегрує результати кафедральної науково-дослідної роботи «Інформаційне суспільство та медіапростір: тенденції розвитку», затвердженої на засіданні кафедри (протокол № 5 від 09 грудня 2020 року). У монографії розглядаються поняття гейміфікації, її моделі та психологічні аспекти мотивації студентів, сутність і завдання фактчекінгу, сучасні онлайн-інструменти перевірки інформації та тенденції розвитку фактчекінгових ініціатив в Україні. Особлива увага приділена впровадженню інтерактивних методик у підготовку журналістів, забезпеченню інформаційної безпеки та протидії дезінформації, а також практичним кейсам гейміфікованого навчання, симуляцій фактчекінгу та використанню штучного інтелекту для аналізу контенту. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення освітніх програм, підвищення професійних компетентностей майбутніх журналістів і розвитку медіаграмотності у цифровому середовищі.

УДК 371.3:070.44:004.738

© Гандзюк В.О., Слотюк П.В., Одобецька І.С.



ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
-----------------------	----------

РОЗДІЛ

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ
ТА ФАКТЧЕКІНГУ В СУЧАСНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ**

1.1. Поняття «гейміфікація», її моделі та відмінність від гри й ігрових технологій	8
1.2. Історія розвитку гейміфікації в освіті та психологічні аспекти мотивації студентів	21
1.3. Сутність фактчекінгу: поняття, мета та основні завдання	32
1.4. Онлайн-інструменти фактчекінгу в цифровому медіасередовищі	40
1.5. Тенденції розвитку фактчекінгових ініціатив в Україні	49

РОЗДІЛ 2

**ГЕЙМІФІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА В
ПІДГОТОВЦІ ЖУРНАЛІСТІВ**

2.1. Інтерактивні підходи та гейміфікація в журналістській освіті та сучасних медіа	57
2.2. Сучасні тенденції інфотейнменту в українських онлайн-медіа	66
2.3. Міжнародний та український досвід протидії дезінформації ..	79
2.4. Значення фактчекінгу для інформаційної безпеки в умовах гібридної війни	89
2.5. Аналіз гейміфікованих практик у навчанні журналістів (зарубіжний досвід)	95

РОЗДІЛ 3

**ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ТА
ФАКТЧЕКІНГУ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ
ЖУРНАЛІСТІВ**

3.1. Методологічні засади впровадження гейміфікації в освітній процес закладу вищої освіти (на прикладі ОП «Журналістика» ВДПУ імені Михайла Коцюбинського)	111
3.2. Розроблення гейміфікованого освітнього елемента і симуляцій фактчекінгу	130



3.3. Порівняльний аналіз методик виявлення фейків: досвід StopFake, «Детектор медіа», «По той бік новин» та The Washington Post Fact Checker.....	142
3.4. Використання штучного інтелекту для виявлення фейків і протидії дезінформації під час війни	161
3.5. Перспективи впровадження гейміфікації та цифрових інструментів фактчекінгу у журналістській освіті.....	170
ВИСНОВКИ	178
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	178



ПЕРЕДМОВА

Монографія «Гейміфікація освітнього процесу як основа розвитку професійних компетентностей журналіста» є результатом комплексного фундаментального дослідження, присвяченого осмисленню сучасних трансформацій журналістської освіти в умовах розвитку інформаційного суспільства, цифровізації медіапростору та зростання інформаційних загроз. Видання інтегрує напрацювання викладачів кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського в межах кафедральної науково-дослідної теми «Інформаційне суспільство та медіапростір: тенденції розвитку», затвердженої у 2020 році.

Актуальність монографії зумовлена глибокими змінами, які відбуваються в журналістській професії та системі її підготовки. Сучасний журналіст працює в умовах інформаційного перенасичення, алгоритмізованих платформ, гібридної війни, активного поширення дезінформації та маніпулятивних наративів. За таких обставин традиційні освітні підходи втрачають ефективність, поступаючись місцем інтерактивним, практикоорієнтованим і технологічно зумовленим моделям навчання. Саме тому гейміфікація та фактчекінг розглядаються в монографії не як допоміжні методи, а як стратегічно важливі інструменти формування професійних, критичних і етичних компетентностей майбутніх журналістів.

У монографії здійснено ґрунтовний теоретичний аналіз поняття гейміфікації, її моделей, механік і психологічних аспектів мотивації здобувачів освіти. Автори розглядають гейміфікацію як цілісну педагогічну технологію, що забезпечує активну участь



студентів в освітньому процесі, формує внутрішню мотивацію, сприяє розвитку критичного мислення, творчості та відповідальності. Особливу увагу приділено відмежуванню гейміфікації від гри та ігрових технологій, а також її ролі в наближенні навчання до реальних умов журналістської діяльності.

Вагомою складовою дослідження є аналіз фактчекінгу як професійної журналістської практики та інструменту протидії дезінформації. У монографії висвітлено сутність і завдання фактчекінгу, сучасні онлайн-інструменти перевірки інформації, тенденції розвитку фактчекінгових ініціатив в Україні та за кордоном. Окремий акцент зроблено на значенні фактчекінгу в умовах гібридної війни, де перевірка фактів виходить за межі професійного стандарту й набуває рис елемента інформаційної безпеки та захисту суспільної довіри до медіа.

Практичний вимір монографії представлений через аналіз і впровадження гейміфікованих методик у підготовку журналістів, симуляцій редакційної роботи, кейсів фактчекінгу, інтерактивних завдань і цифрових платформ. Значну увагу приділено використанню штучного інтелекту для аналізу контенту, виявлення дезінформаційних наративів та автоматизації окремих етапів перевірки інформації. Запропоновані підходи демонструють можливості поєднання технологічних інновацій із професійною журналістською етикою та аналітичним мисленням.

Монографія має міждисциплінарний характер і поєднує напрацювання у сфері журналістики, медіаосвіти, педагогіки, психології та соціальних комунікацій. Її матеріали можуть бути використані для вдосконалення освітніх програм зі спеціальності С7 «Журналістика», розроблення навчальних курсів і методичних



рекомендацій, а також у практиці підготовки фахівців медіасфери в умовах цифрового середовища.

Важливою особливістю представленої монографії є поєднання фундаментального наукового аналізу з прикладною освітньою перспективою. Автори не обмежуються описом теоретичних моделей, а пропонують осмислення практичних механізмів упровадження гейміфікації та фактчекінгу в освітній процес, адаптованих до реалій української журналістської освіти. Це дозволяє розглядати монографію не лише як наукове дослідження, а і як методологічну основу для оновлення навчальних курсів, створення інтерактивних освітніх середовищ і формування стійких професійних компетентностей майбутніх журналістів.

Окремої уваги заслуговує ціннісно-світоглядний вимір дослідження, у якому журналістика постає як соціально відповідальна професія, що відіграє ключову роль у підтриманні демократичних процесів, інформаційної безпеки та громадянської свідомості. У цьому контексті гейміфікація та фактчекінг розглядаються не лише як інструменти навчання, а як засоби формування професійної етики, відповідальності за достовірність інформації та усвідомлення суспільної місії журналіста, особливо в умовах воєнних і кризових викликів сучасності.

Видання адресоване науково-педагогічним працівникам, здобувачам вищої освіти, аспірантам, дослідникам медіа, журналістам-практикам, а також усім, хто цікавиться проблемами розвитку сучасної журналістської освіти, медіаграмотності та протидії дезінформації.

З повагою – Віталій Гандзюк, декан факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ТА ФАКТЧЕКІНГУ В СУЧАСНОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ

1.1. Поняття «гейміфікація», її моделі та відмінність від гри й ігрових технологій

Стрімкий розвиток сучасних технологій спонукає науковців шукати нові ефективні засоби освітньої діяльності або переосмислювати й удосконалювати наявні. Одним із таких інструментів дедалі частіше називають гейміфікацію – підхід, що ґрунтується на інтеграції ігрових елементів у навчальний процес, насамперед із використанням комп'ютерних ігор. Застосування ігрових методик у навчанні сприяє формуванню інтересу до пізнання на ранніх етапах, стимулює креативність, активізує ініціативність і загалом підвищує навчальну мотивацію учнів.

Оскільки поняття «гейміфікація» є відносно новим, доцільно проаналізувати його зміст. У науковій літературі існує чимало підходів до його трактування, що й зумовлює наявність дискусій. Хоч термін з'явився ще у 1990-х роках, коли почала активно розвиватися індустрія ігор, вперше в науковий обіг його ввів у 2002 році британський розробник ігор Нік Пелінг (Nick Pelling), застосувавши його у власних технічних проєктах, пов'язаних зі створенням інтерфейсів. Масове ж поширення концепції у різних сферах розпочалося після 2010 року.

Сам термін «gamification» походить від англійського слова *game* («гра»). Поруч із ним у науковому середовищі використовується й поняття «edutainment» – комбінація слів *education* («освіта») та *entertainment* («розвага»). Важливо підкреслити, що попри певну подібність, ці терміни не є тотожними.



Ігри насамперед мають розважальне призначення, тоді як гейміфікація спрямована на досягнення освітньої цілі: формування знань, умінь і навичок, розвиток компетентностей та отримання практичної користі. Отже, гейміфікацію (ігрофікацію) можна визначити як застосування ігрових механізмів, динаміки та інструментів у контекстах, що не є ігровими, для активізації користувачів і залучення їх до розв'язання певних завдань [102].

Попри те, що феномен гейміфікації науково розроблений порівняно нещодавно, існує значна кількість публікацій, у яких уточнюються його сутність та особливості. Втім, єдиного загальноприйнятого визначення цього явища досі не вироблено [26].

Оскільки проблематика застосування ігор у навчанні, зокрема комп'ютерних, уже тривалий час є предметом досліджень у світі, важливо звернутися до напрацювань провідних учених. Так, Кевін Вербах (K. Werbach), викладач Пенсильванського університету (США), визначає гейміфікацію як спосіб стимулювання аудиторії до виконання освітніх завдань через використання ігрового мислення та динаміки гри, фактично «перетворення певної діяльності на гру» [96]. У своїй праці 2012 року він уточнює це поняття як застосування ігрових елементів і методик у неігрових середовищах. Карл Капп (K. Карр) пропонує розширене розуміння гейміфікації, підкреслюючи її як систему принципів, естетики та мислення, спрямовану на активне залучення учнів або студентів, підвищення мотивації до навчання та ефективніше засвоєння матеріалу [88].

Учений підкреслює, що найбільшу результативність гейміфікація демонструє під час опанування точних дисциплін. Таким чином, це поняття охоплює як застосування повноцінних комп'ютерних ігор, так і використання окремих ігрових елементів у



діяльності, що не має суто ігрового характеру. Наприклад, Кеті Сален та Ерік Циммерман наголошують, що гейміфікація одразу спрямовує учасників на досягнення реальних цілей, а не на ігровий процес як самоціль. Саме це відрізняє її від інших форм ігрової діяльності. На їхню думку, ігрові механіки можуть ефективно працювати в реальних ситуаціях, стимулюючи бажану поведінку та активність.

Ще у 2011 році Нік Пеллінг (N. Pelling) трактував гейміфікацію як спосіб трансформації підходів до навчання з метою зробити рутини цікавішими та наблизити їх до ігрового формату. Гейб Ціхерман і Крістофер Каннінгем (G. Zicherman, C. Cunningham) розвинули це розуміння, акцентуючи увагу на тому, що ігрові елементи в неігровому середовищі здатні значно покращувати засвоєння інформації. Продовжуючи цю концепцію, Тае Мацумото (Tae Matsumoto) запропонував шляхи підвищення зацікавленості студентів через впровадження сучасних форм змішаного навчання, зокрема моделі «перевернутого класу», адаптованої за допомогою гейміфікаційних принципів [103]. Дослідник підкреслює, що цей підхід робить навчальний процес більш захопливим і комфортним.

У літературі гейміфікацію також визначають як метод залучення учасників до розв'язання навчальних завдань за допомогою ігрових технологій, інтегрованих у звичайні освітні ситуації. Зокрема, І. Атталі розглядає її як дієвий інструмент підвищення рівня залученості учнів. У дослідженнях Л. Вареніної аналізується позитивний досвід використання гейміфікації під час викладання технічних дисциплін, а Ю. Олійник пропонує огляд підходів до тлумачення сутності цього явища [61; 79].

О. Орлова наголошує, що інтеграція комп'ютерних ігор у навчання не лише розширює спектр мотиваційних чинників, а й



підсилює інтерес до виконання завдань, підвищує ймовірність досягнення поставлених результатів та сприяє їх якості. Дослідники Х. Дічев та Д. Дічева (С. Dichev, D. Dicheva) характеризують гейміфікацію як ефективний підхід, спрямований на посилення мотивації та участі здобувачів освіти шляхом упровадження елементів ігрового дизайну в навчальне середовище [64].

У своїх напрацюваннях Кеті Сален та Ерік Циммерман підкреслюють, що гейміфікація є цілісною системою, у межах якої учасники залучаються до розв'язання певного штучно створеного конфлікту, визначеного встановленими правилами та вимірюваного конкретним результатом. При цьому акцент робиться не на самій грі, а на формуванні в учасників чіткої навчальної мети. Автори також зазначають, що гейміфікація передбачає використання ігрових механік, характерних для сучасних, передусім багатокористувацьких, ігор. Головна відмінність такого підходу від традиційних ігрових форм полягає в тому, що увага зосереджена на досягненні цілі та кінцевого результату діяльності, а не на ігровому процесі як самодостатньому явищі. Ігрові елементи інтегруються в реальні освітні ситуації, слугуючи засобом мотивації та стимулювання потрібних форм поведінки.

Гейб Зіхерман (G. Zichermann) розглядає гейміфікацію як використання ігрових технологій і спеціальних «механік» для активізації й мотивації людей, ґрунтуючись на їхніх внутрішніх потребах. Науковець наголошує, що користувач має отримувати винагороду за будь-яку діяльність у вигляді певного статусу, який він здобуває в процесі гри. Це, на його думку, пов'язано з природною особливістю мозку, що реагує позитивно на отримання винагороди. Застосування ігрових прийомів у неігрових середовищах дає змогу значно підвищити рівень залученості та мотивації учасників. Саме



тому в освітніх ігрових практиках широко використовуються різноманітні стимули: бонуси за активність під час уроку, додаткові бали, заохочувальні призи, а також елементи рольової гри, які підкреслюють сильні сторони учнів та сприяють їхній самореалізації [103].

Аналізуючи сутність гейміфікації освіти, Олена Ткаченко зазначає, що в широкому розумінні цей термін охоплює використання ігор, ігрових технік і практик у різних сферах діяльності для залучення користувачів до розв'язання завдань [70]. У контексті навчального процесу вона визначає два основні напрями гейміфікації. Перший це застосування ігрових технік (моделей, правил, елементів ігрового дизайну), коли навчальний матеріал опановується через звичні форми, такі як лекції та підручники. Другий напрям освітні ігри, що занурюють учнів у спеціально створений ігровий світ, у якому засвоєння змісту відбувається через інтерактивну діяльність.

Дослідниця пропонує розмежовувати поняття гейміфікації у широкому та вузькому значеннях. У широкому сенсі йдеться про будь-яке використання ігор, ігрових практик і технік для реалізації освітніх завдань. У вузькому про інтеграцію виключно ігрових механік, тобто конкретних елементів гри. О. Ткаченко підкреслює, що гейміфікація у вузькому значенні може позитивно впливати на успішність учнів, однак не завжди здатна забезпечити високий рівень зацікавленості. Натомість освітня гра поєднує в собі і мотивацію, і глибоке занурення у зміст навчання, оскільки передбачає наявність ігрової моделі, правил, сюжетів, ролей та матеріальних елементів (жетонів, карток, ігрових полів тощо), які роблять дидактичний процес більш залученим та осмисленим.



Олена Коваленко визначає гейміфікацію в освіті як організацію навчального процесу, що спирається на ігрове мислення, механіки, кейси та спеціальні мотиваційні інструменти, спрямовані на досягнення запланованих освітніх результатів. У такому підході гра виступає не просто засобом зацікавлення, а структурним елементом, який формує зміст і форму освітньої діяльності. Учень здобуває нові знання через участь у грі, вибудованій відповідно до правил, які задає педагог, та підкріпленій системою заохочень, що стимулює інтерес і активність [49].

Отже, головна мета гейміфікованого навчання полягає не в тому, щоб пройти певний етап чи отримати оцінку, а у глибокому розумінні та застосуванні знань. У межах освітнього процесу гейміфікація реалізує низку важливих функцій: сприяє формуванню компетентностей, визначених освітніми цілями; забезпечує моніторинг уже наявних умінь і тих, що тільки розвиваються; а також допомагає розв'язувати комплексні завдання, спрямовані на вироблення й оцінювання професійних і загально навчальних компетентностей.

У закладах загальної середньої освіти використання ігрових технологій має відповідати віковим потребам здобувачів, адже сама по собі ігрова діяльність є природною формою активності дитини, способом зробити серйозну працю більш захопливою та емоційно комфортною. О. Макаревич наголошує, що навчальна діяльність є достатньо складною, потребує значних зусиль і часто викликає втому, монотонність і зниження мотивації. У таких умовах інтеграція ігрових механік здатна суттєво підвищити ефективність навчання. Коли людина звикає до повторюваних завдань, які з часом автоматизуються, її мотивація слабшає, а концентрація знижується. Гейміфікація ж орієнтується на створення «потокowego



стану», що допомагає зберігати інтерес учнів до навчального матеріалу [64].

Теорія потоку ґрунтується на ідеї повного занурення в діяльність, коли людина відчуває високу зосередженість, чіткість дій та внутрішню задоволеність виконанням завдань. На противагу рутині, стан потоку вирізняється інтенсивною концентрацією: людина перестає відчувати час і працює на максимальному рівні ефективності. Дослідники підкреслюють, що існує значний взаємозв'язок між елементами гейміфікації та характеристиками стану потоку: обидва підходи передбачають чітке розуміння цілей, збалансованість між рівнем складності та наявними навичками, наявність контролю та постійного зворотного зв'язку. Результатом цього є відчуття цілісності дій, фокус уваги, «зникнення» часу та зниження самоконтролю, коли діяльність здійснюється ніби автоматично, але максимально ефективно.

Михай Чиксентміхайї описує стан потоку як повне занурення у діяльність заради неї самої, коли «его відступає, час летить, а кожна дія природно впливає з попередньої». На його думку, для досягнення такого ефекту навчальна гра повинна забезпечувати ретельно продуманий баланс між рівнем виклику та здібностями учня, що робить її мотивуючою, але не перевантажувальною [57].

Оксана Карабін, аналізуючи гейміфікацію як інструмент розвитку школярів, визначає її як спосіб залучення учнів до розв'язання навчальних завдань через інтеграцію ігрових технік та практик. Науковиця трактує гейміфікацію як використання логіки, динаміки та мислення, притаманних іграм, для перетворення традиційного освітнього процесу на ігровий формат. Дослідниця зазначає, що найбільший ефект такий підхід демонструє під час



опанування дисциплін, які учні зазвичай вважають складними або нецікавими.

Світлана Толочко, спираючись на проведений контент-аналіз поняття «гейміфікація», розглядає його як застосування ігрових механізмів у неігровому середовищі з метою мотивування учнів та залучення їх до розв'язання навчальних проблем. На її думку, гейміфікація базується на спільних діях для досягнення визначених цілей, включає використання віртуальних середовищ, чітке часове обмеження виконання завдань та інтерактивні механізми, які стимулюють створення нового освітнього продукту [71].

У свою чергу, Олена Саган, визначаючи гейміфікацію як сучасний освітній тренд, підкреслює, що аналітична компанія Gartner трактує її як «використання ігрової механіки та елементів дизайну для цифрового мотивування та залучення людей з метою досягнення результатів». Дослідниця наголошує, що ключова новизна гейміфікації полягає саме в цифровізації мотиваційних процесів. Враховуючи, що сучасні діти від ранніх років взаємодіють із цифровими пристроями, включення до навчання цифрових ігрових елементів створює для них ефект занурення у комп'ютерну гру. Завдяки цьому зростає внутрішня мотивація, а навчання стає доступним великій кількості здобувачів без значних фінансових витрат. Саме така інтеграція цифрових рішень, на переконання О. Саган, і становить справжню інновацію гейміфікаційних технологій [65].

Отже, узагальнивши різні наукові підходи, гейміфікацію освітнього процесу можна визначити як використання ігрових технік, механік та елементів у звичайних, неігрових навчальних ситуаціях для покращення засвоєння знань, підвищення мотивації



та активної участі здобувачів освіти, що нерозривно пов'язано із застосуванням сучасних цифрових інструментів.

Серед ключових компонентів гейміфікації дослідники виділяють ті, що сприяють особистісному розвитку учнів та підтримують їхній інтерес до навчання. Професор Кевін Вербах у своєму курсі «Gamification» (Coursera) представив структуру гейміфікаційної системи у вигляді піраміди, де всі елементи взаємопов'язані й формують цілісну модель [101]. До її основних складових належать:

- ігрова динаміка – логіка побудови ігрового процесу, яка забезпечує стабільне утримання інтересу учасника та створює емоційний ефект від участі. Це, зокрема, зворотний зв'язок, інформація про досягнення та прогрес.

- ігрова механіка – система правил та інструкцій, що визначають поведінку учасника: колекціонування, накопичення ресурсів, подолання викликів, співпраця, виконання завдань із можливістю їх варіативного проходження. Сюди належать також сценарні елементи – бали, нагороди, статуси, які впливають на перебіг подій залежно від рішень та дій гравця.

- ігрова естетика охоплює ті елементи, які створюють відчуття присутності в грі: адаптивні підказки, аватари, значки-нагороди (бейджі), індикатори прогресу, рівні, рейтингові таблиці, квестові завдання, командні форми роботи, подарунки та інші візуальні або функціональні компоненти. Вони формують у здобувача освіти емоційне занурення, сприяють усвідомленню себе активним учасником процесу та посилюють мотиваційний вплив.

- соціальна взаємодія включає елементи й техніки, які забезпечують комунікацію між гравцем і системою або між кількома учасниками ігрового процесу. Йдеться, зокрема, про рольові



механіки, спільне виконання завдань, взаємодопомогу та інші форми кооперації, що підсилюють ефект залученості та сприяють формуванню командної динаміки.

Категорія «досвід» відіграє ключову роль у створенні гейміфікованого освітнього середовища. Як наголошує А. Крістіан, засвоєння знань та їх реальне використання вимагають обов'язкового пропрацювання матеріалу через практику. Ігрові формати якраз і забезпечують можливість навчатися на власному досвіді, долаючи психологічні та соціальні бар'єри й сприяючи максимально повному розкриттю потенціалу особистості.

Гейміфікація в освіті передбачає впровадження ігрових прийомів у різні компоненти навчального процесу. Завдяки цьому гра виступає не лише формою навчальної активності, а й засобом виховання, організації взаємодії та координації освітньої діяльності. Ігрові елементи завжди були присутні в школі, однак стрімке поширення цифрових ігор істотно активізувало їх інтеграцію у навчальні практики. Використання ігрового дизайну, механізмів залучення та систем лояльності сприяє підвищенню інтересу учнів і покращує якість їх залучення у навчання [45].

На думку Джейн МакГонігал (Jane McGonigal) [91], освітній процес може вважатися гейміфікованим за умови дотримання кількох принципів:

- наявності чітко сформульованих цілей, які мотивують учасників;
- зрозумілих і стабільних правил, що визначають межі та логіку ігрової діяльності;
- постійного та прозорого зворотного зв'язку, який демонструє досяжність цілей та коректність дій гравців;



– добровільної участі та готовності учасників дотримуватися встановлених правил.

Науковці також визначають ряд етапів, які є необхідними для ефективної гейміфікації: створення цікавого сюжету, чітке формулювання ігрових і навчальних цілей, визначення ролей для учасників, розробка продуманої системи правил і випробувань, вибудова ігрової механіки, можливість нелінійного розвитку сюжету та використання цифрових пристроїв (телефонів, планшетів тощо) для підтримки ігрової діяльності.

Узагальнюючи підходи різних дослідників, можна виокремити такі характерні риси гейміфікованого навчання:

- 1) чіткі правила – гра ґрунтується на незмінних алгоритмах, тоді як традиційне навчання може модифікуватися залежно від ситуації;
- 2) оперативний зворотний зв'язок – учасники миттєво бачать результати своїх дій і можуть відразу їх коригувати;
- 3) наявність сюжету – спільна сюжетна лінія занурює учнів у запропоновану ситуацію й підсилює ефект присутності;
- 4) підвищений рівень складності – завдання мають бути виключними, але такими, що піддаються виконанню. Це формує ситуацію успіху та стимулює інтерес;
- 5) поступове ускладнення – цілі та завдання змінюються відповідно до розвитку компетентностей, що проявляється у просуванні між рівнями та наборі балів;
- 6) умовна нескінченність гри – процес триває до моменту безпомилкового проходження певного етапу.

Гейміфікацію можна впроваджувати на трьох рівнях: використання рейтингових систем, балів і бейджів для фіксації прогресу; створення ігрової атмосфери та сюжетного навчання із



поступовим ускладненням змісту, інтерактивними відео та системним зворотним зв'язком; розроблення повноцінної освітньої гри.

Важливим у контексті дослідження є чітке розмежування понять «гейміфікація в освіті» та «навчання на основі гри», адже між ними існують помітні відмінності. Головною метою гейміфікації є трансформація всього навчального процесу у формат, подібний до гри, тоді як навчання, побудоване на грі, залучає ігрову діяльність лише як одну зі складових освітньої взаємодії. У підході, заснованому на грі, саме гра формує навчальні результати та визначає освітні цілі, тоді як гейміфікація пропонує чітко сформульовані завдання, алгоритми й систему досягнень. Створення повноцінної навчальної гри потребує значних ресурсів і часу, у той час як гейміфіковані рішення є економнішими та простішими у впровадженні. Обидві моделі навчання можуть успішно виконувати як виховні, так і освітні функції гри: дозволяють учням апробувати ті чи інші ролі, експериментувати з моделями поведінки, отримувати нову інформацію та тренувати необхідні навички. Емоційне залучення, яке виникає в процесі гри, робить взаємодію ефективнішою, ніж звичайний інформаційний обмін [51].

Концепція гейміфікації спирається на використання ігрових підходів для того, щоб зробити навчальний процес цікавішим, динамічнішим і різноманітнішим. При цьому змінюються лише формальні компоненти, ігрові елементи інтегруються в уже існуючу структуру навчання, не порушуючи її основ.

Багато дослідників підкреслюють, що потенціал гейміфікації полягає насамперед у розширенні можливостей традиційної педагогіки. Її розглядають як оновлення освітньої парадигми, у



межах якої акцент переноситься на соціальну взаємодію, а викладач починає виступати модератором і наставником. Застосування ігрових технік, на переконання цих авторів, здатне повернути інтерес до навчання та стимулювати внутрішню мотивацію учнів.

Тобто гейміфікація не передбачає створення повноцінної гри, а лише вміло використовує окремі її компоненти, завдяки чому складні або монотонні завдання стають цікавішими й доступнішими.

Сутність гейміфікації полягає в інкорпорації ігрових елементів у навчальний контент. У результаті формується неігрова, але підсилена грою навчальна діяльність. На відміну від ігрового навчання, де сама гра стає основним досвідом, гейміфікація інтегрує ігрові елементи у звичну структуру уроку, залишаючи її фундамент незмінним. Завдяки такій частковій інтеграції гейміфікація є значно гнучкішою та універсальнішою за створення окремої освітньої гри. Головне її завдання перенести ігрові механізми у реальні навчальні ситуації.

Як і будь-яка педагогічна технологія, гейміфікація має переваги та обмеження. Її ключовою сильною стороною є здатність покроково подавати новий матеріал та закріплювати знання через поступове ускладнення завдань, що підвищує ефективність навчання. Серед провідних позитивних характеристик гейміфікації можна виокремити такі: розвиток стратегічного мислення та творчого підходу; формування вміння обґрунтовано ризикувати; зміцнення самостійності та сміливості у прийнятті рішень; активізація комунікативних навичок і навичок командної роботи; удосконалення самоорганізації та самодисципліни; формування вміння цілеспрямовано шукати й опрацьовувати інформацію. Крім того, гейміфікація суттєво підвищує мотивацію здобувачів освіти,



адже робить навчання азартним, прозорим і зрозумілим за результатами, допомагаючи побачити практичний сенс у здобутих знаннях.

1.2. Історія розвитку гейміфікації в освіті та психологічні аспекти мотивації студентів

Методи гейміфікації знаходять застосування в різних сферах, зокрема у бізнесі, маркетингу, освіті та галузі охорони здоров'я. Історія використання таких методів бере свій початок ще у 1950-х роках, коли системне мислення та інженерні підходи почали впроваджуватися в освітні процеси для ефективнішого вирішення навчальних завдань [57].

У 1970-х роках інтерактивні комп'ютерні ігри здобули популярність серед широкої аудиторії. Вони перестали бути лише засобом розваги, а стали інструментом навчання та тренування [86].

Одним із ранніх прикладів гейміфікації можна вважати дослідження, проведене психологом Едвардом Торндайком у 1890-х роках. Він вивчав поведінку тварин у «коробці-головоломці» і з'ясував, що тварини швидше знаходили вихід із коробки, якщо отримували винагороду, наприклад, їжу. Ці спостереження заклали фундамент для концепції оперантного кондиціонування, що сьогодні вважається одним із базових принципів гейміфікації [86].

Ще одним важливим кроком у розвитку гейміфікації стала поява першої програми лояльності компанії Sperry & Hutchinson у 1896 році. Вона передбачала видачу «Зелених марок» як винагороди за покупку певних товарів. Успіх цієї ініціативи надихнув інші компанії на створення аналогічних програм, наприклад,



нарахування миль для часто літаючих пасажирів або бонусних балів за користування кредитними картками [88].

На початку 2000-х років поширення інтернет-технологій та зростання популярності соціальних мереж сприяли активному впровадженню гейміфікації як методу залучення та утримання уваги користувачів. Вона почала привертати значну увагу науковців та практиків, які оцінювали її потенціал у підвищенні мотивації, залученості та навчальної ефективності у різних сферах. Термін «гейміфікація» був вперше введений у 2002 році британським програмістом і винахідником Ніком Пеллінгом для опису процесу перенесення ігрових механік у неігровий контекст [60]. З того часу концепція гейміфікації почала застосовуватися у широкому спектрі сфер, включно з освітою, охороною здоров'я, маркетингом та корпоративним навчанням.

У 2010-х роках гейміфікація набула значної популярності у бізнес-середовищі, де її використовують для підвищення мотивації працівників і клієнтів, зростання продуктивності та покращення взаємодії з брендом. Крім того, вона знайшла своє застосування у сфері здоров'я та фітнесу, сприяючи мотивації до здорового способу життя та досягненню індивідуальних фітнес-цілей [8].

Сучасні цифрові технології надали гейміфікації нових можливостей, роблячи її більш складною та доступною, ніж будь-коли раніше. Ігрові елементи, такі як бали, значки, рейтингові таблиці та квести, широко застосовуються у мобільних додатках, онлайн-платформах та освітньому програмному забезпеченні, що сприяє мотивації користувачів та підвищує ефективність навчання. Разом із розвитком технологій віртуальної та доповненої реальності очікується, що гейміфікація у найближчі роки стане ще більш захопливою та результативною [95].



У сфері освіти гейміфікація використовується для залучення учнів, стимулювання їхньої активності та підвищення інтересу до навчального процесу. Також її застосовують у розробці програмного забезпечення для покращення взаємодії користувача з цифровими продуктами [95].

З появою комп'ютерів і розвитком інформаційних технологій виникла можливість впроваджувати гейміфікацію у електронних форматах. Перші навчальні ігри, що використовували гейміфікацію, були орієнтовані на молодших учнів, відзначалися простотою, яскравим графічним оформленням та розважальними елементами, що особливо подобалися школярам [93].

Згодом гейміфікація почала використовуватися і для старших вікових груп. Для цього з'явилися нові інструменти, які дозволяють створювати більш складні інтерактивні навчальні системи з використанням ігрових механік. Гейміфікація довела свою ефективність як інструмент підвищення мотивації, залучення уваги та активізації зацікавленості користувачів у різних видах діяльності [93].

Сьогодні елементи гейміфікації можна зустріти майже у всіх сферах життя, проте лідерами у впровадженні таких практик традиційно залишаються великі ІТ-компанії [93].

Існують різні моделі гейміфікації, що застосовуються для проєктування та реалізації гейміфікованих досвідів. До найбільш поширених належать:

- 1) бейджі – нагороди, які надаються користувачу за виконання певних завдань або досягнення результатів. Вони можуть відображатися на профілі користувача та надавати статус або престиж всередині спільноти.



2) рейтинги – системи оцінювання успішності користувачів у різних аспектах, таких як виконання завдань або рівень активності. Рейтинги стимулюють до змагання та покращення результатів.

3) лідерборди – списки користувачів із найкращими показниками в певних завданнях або метриках. Вони сприяють здоровій конкуренції та підвищують мотивацію досягати перших позицій.

4) виклики – завдання або ігрові елементи, що вимагають від користувача зусиль та активного розв'язання проблем. Виклики допомагають розвивати навички та знання користувачів.

5) прогрес-бари – інтерактивні елементи, що відображають прогрес користувача у виконанні завдань або досягненні метрик. Вони створюють відчуття задоволення від успіху та мотивують продовжувати діяльність.

6) сюжет – ігровий елемент, який надає контекст та історію навколо завдання або діяльності. Сюжет поглиблює залучення користувача та стимулює до досягнення поставлених цілей.

7) соціальна гейміфікація – використання ігрових механізмів у соціальних мережах для стимулювання взаємодії та співпраці. Вона створює відчуття спільноти та формує позитивне середовище для взаємодії [101].

Моделі гейміфікації визначають основні принципи та стратегії для досягнення конкретних цілей, таких як навчання (education), здоров'я (health) або економічні стимули (economic incentives). Їхнє застосування підвищує мотивацію користувачів та активність у межах додатку.

Наприклад, при розробці освітніх додатків для програмістів моделі гейміфікації допомагають залучити користувачів до активного навчання, структурувати процес опанування матеріалу,



надати контекст та стимулювати самостійний пошук знань і вдосконалення навичок [101].

Методи гейміфікації спрямовані на залучення природних людських інстинктів: конкуренції, досягнень, статусу, самовираження, альтруїзму, розв'язання задач. В основі стратегії гейміфікації лежить винагородження за виконанні завдання.

Методи гейміфікації відображають способи застосування ігрових механік та елементів гри для покращення певного процесу, продукту або послуги. До них належать бейджі, рівні, належність до кланів, лідерборди, винагороди за досягнення певних цілей. Такі методи використовуються для: залучення користувачів до виконання бажаної дії, підвищення мотивації, зниження монотонності та нудьги [88].

Основні методи гейміфікації в освіті включають:

1. Гра – використання ігрових елементів для викладання нових знань та навичок. Наприклад, застосування ігрових симуляцій для вивчення науки, історії або математики.

2. Бали та досягнення – система нагородження учнів за виконання певних дій або досягнення цілей. Наприклад, нарахування балів за виконання домашніх завдань, відповіді на питання або виконання додаткових завдань.

3. Ранги та рейтинги – система порівняння учнів за результатами діяльності. Наприклад, створення рейтингу класу за кількістю балів, отриманих за домашні завдання, відповіді на питання та інші дії.

4. Місії та завдання – система виконання певних дій для отримання бонусів або досягнення цілей. Наприклад, створення завдань на кожен урок, виконання яких допомагає закріпити отримані знання та навички.



5. Персонажі та історії – створення персонажів або історій для залучення учнів до навчального процесу. Наприклад, розробка історії про винахідника для кращого розуміння історії розвитку науки.

6. Соціальна інтеракція – взаємодія між учнями та вчителем, що сприяє формуванню спільноти та залученню нових учнів. Наприклад, використання форумів для обговорення матеріалу або спільного виконання завдань у групі.

Згідно з дослідженням, проведеним Корпорацією IBM, 90% працівників, які брали участь у програмі навчання з використанням елементів гейміфікації, зазначили, що такий підхід допоміг їм краще зрозуміти матеріал та підвищити рівень мотивації. Крім того, за даними компанії TalentLMS, застосування гейміфікації в навчальних програмах дозволяє збільшити участь учасників на 40%, підвищити рівень розуміння матеріалу на 55% та збільшити шанси успішного завершення курсу на 50% [95].

Метод гейміфікації «Гра» передбачає використання ігрових елементів у навчальному процесі, що робить його більш захопливим та привабливим для учнів. У цьому методі застосовуються різноманітні компоненти, такі як графіка, анімація, звук, відео, інтерактивні елементи та ігрова механіка. Це дозволяє створювати ігрові симулятори для вивчення наукових понять, ігрові завдання для закріплення матеріалу, а також використовувати ігрову механіку для вирішення навчальних завдань. Завдяки такому підходу учні не лише опановують знання, а й здобувають практичний досвід, що сприяє підвищенню їхньої мотивації та залученості до освітнього процесу.

Метод гейміфікації «Гра» перетворює учнів на активних учасників освітнього процесу, адже вони не обмежуються пасивним



сприйняттям інформації через лекції або читання матеріалу, а активно взаємодіють із ігровими елементами, виконують ігрові завдання та отримують миттєвий зворотний зв'язок про свої досягнення. Це сприяє підвищенню мотивації та зацікавленості учнів, роблячи навчання більш захопливим і інтерактивним.

У основі сучасного підходу до ігрових методів у навчанні лежить чотири концепти: гейміфікація, серйозні ігри, забавки та ігровий дизайн [98]. Вони відрізняються за двома критеріями: спрямованістю та регульованістю діяльності (ігри/забавки) та мірою інтеграції ігрових елементів у процес (повністю/частково). Серйозні ігри (serious games) мають чітку мету і спрямовані на вирішення реальних життєвих завдань. Забавки (toys) не мають конкретних правил чи результатів і орієнтовані на емоційне переживання або дослідження. Ігровий дизайн (playful design) не передбачає конкретної мети, але використовується для того, щоб зробити процес більш приємним і легким для сприйняття. Гейміфікація ж застосовує окремі елементи гри, зберігаючи при цьому основну структуру навчального процесу. Незважаючи на теоретичні відмінності між цими підходами, на практиці вони можуть ефективно поєднуватись [101].

Метод гейміфікації «Бали та досягнення» передбачає використання системи нагород і досягнень для стимулювання та мотивації користувачів до активного навчання та досягнення поставлених цілей. У цій системі користувач отримує бали за успішне виконання завдань, проходження рівнів складності або виконання додаткових дій, пов'язаних із навчальним процесом. Набрані бали додають користувачеві досвід та підвищують його рейтинг, що стимулює до подальшої активності. Досягнення виступають додатковим мотиватором і можуть надаватися за



успішне виконання завдань певного рівня складності, проходження курсу чи завершення додаткових вправ.

Метод гейміфікації «Бали та досягнення» у підготовці журналістів передбачає використання системи нагород і досягнень для стимулювання та мотивації студентів до активного навчання та оволодіння професійними навичками. Студенти отримують бали за успішне виконання завдань, підготовку матеріалів, участь у практичних вправах або створення власних медіапродуктів. Набрані бали додають студентам досвід та підвищують їхній рейтинг, що стимулює подальшу активність і заохочує до систематичного опанування знань.

Досягнення виступають додатковим мотиватором і можуть надаватися за підготовку статей певного рівня складності, успішну роботу над проєктами, створення мультимедійних матеріалів або активну участь у командних завданнях. Кожне досягнення зазвичай має власний опис і візуальне оформлення, що робить навчання більш інтерактивним та захопливим, допомагаючи студентам бачити конкретні результати своєї роботи.

Метод гейміфікації «Ранги та рейтинги» застосовується для створення системи позиційного ранжування студентів за їхніми успіхами в навчанні та практичних завданнях. Введення рейтингу дозволяє відображати рівень знань та професійної підготовки кожного студента, стимулюючи здорову конкуренцію та взаємну мотивацію. Система ранжування може бути загальною або спеціалізованою, наприклад, для оцінки навичок журналістського письма, створення відеоконтенту чи роботи в соціальних медіа. Використання рангів надає студентам можливість отримувати привілеї або нові завдання, відповідно до досягнутого рівня, що



допомагає стимулювати їх до вдосконалення професійних компетенцій [79].

Метод гейміфікації «Місії та завдання» перетворює навчання журналістів на інтерактивну пригоду. Кожне завдання або проєкт стає етапом «подорожі», де студенти отримують нові знання та навички: написання статей, створення репортажів, підготовка мультимедійних матеріалів, аналіз інформації та участь у командних проєктах. За успішне виконання завдань студенти отримують бали, які додаються до їхнього рейтингу, а бонусні завдання можуть надавати додаткові досягнення та заохочення.

Створення сюжетної лінії, яка відображає прогрес у навчанні, допомагає зробити процес більш захопливим і мотивуючим, а система рангів і рейтингів стимулює студентів до активної участі та вдосконалення професійних компетенцій. Кожен новий рівень знань та навичок стає чіткою метою для досягнення, що підвищує мотивацію та зацікавленість у навчальному процесі. Завдяки такому підходу навчання журналістів стає більш інтерактивним, практично орієнтованим і ефективним, дозволяючи студентам досягати кращих результатів у формуванні професійних навичок [83].

Метод гейміфікації «Персонажі та історії» у підготовці журналістів передбачає використання вигаданих або умовних персонажів і сюжетних ліній для подання навчального матеріалу та формування професійних навичок. За допомогою цього методу студенти отримують інформацію через історії, які відображають реальні або змодельовані ситуації журналістської діяльності, що допомагає зрозуміти складні концепції та процеси роботи в медіа.

Наприклад, можна створити персонажів, які представляють різні аспекти журналістики: персонаж «Репортер» може демонструвати правила збору інформації та інтерв'ювання,



персонаж «Редактор» принципи редагування текстів та перевірки фактів, а персонаж «Медіаменеджер» особливості планування публікацій та роботи з аудиторією. Кожен персонаж має власну сюжетну лінію, яка допомагає студентам краще зрозуміти специфіку професії та застосування теоретичних знань на практиці.

Персонажі також можуть пропонувати студентам завдання та виклики, наприклад підготувати статтю, створити мультимедійний матеріал, провести журналістське розслідування або підготувати сюжет для соціальних мереж. Завдання можуть мати різний рівень складності, що дозволяє студентам поступово підвищувати рівень професійних навичок і практичного досвіду.

Крім того, у межах цього методу можна використовувати систему балів та досягнень для стимулювання студентів до виконання завдань та досягнення нових результатів. За успішне виконання завдань або участь у проєктах студенти отримують бали, які можуть використовувати для «підвищення рівня» або відкриття нових сюжетних ліній і бонусних завдань. Досягнення виступають додатковим стимулом, допомагаючи підтримувати мотивацію та інтерес до навчання.

Застосування методу «Персонажі та історії» робить навчання журналістів більш захопливим та інтерактивним. Він допомагає студентам зрозуміти складні процеси професійної діяльності через контекст, що є зрозумілим і доступним, підвищує їхню мотивацію до навчання та формує практичні навички, необхідні для ефективної роботи у медіасфері [87].

Метод гейміфікації «Соціальна інтеракція» у підготовці журналістів передбачає використання елементів ігор і змагань для організації взаємодії між студентами. Цей підхід допомагає створювати активну спільноту, де учасники можуть обговорювати



журналістські завдання, ділитися ідеями, аналізувати приклади матеріалів і допомагати один одному у виконанні практичних завдань.

У рамках цього методу можна використовувати рейтинги та систему нагород, що дозволяє студентам отримувати бали та досягнення за активну участь у спільноті, підготовку статей, проведення інтерв'ю, створення мультимедійних матеріалів або участь у проєктних завданнях. Це стимулює конкурентний дух та мотивує до більш активної роботи.

Також «Соціальна інтеракція» може передбачати проведення змагань між студентами різних груп або університетів. Наприклад, можна організувати конкурс на кращий журналістський матеріал, найефективнішу новинну публікацію або креативний медіапроєкт. Студенти можуть конкурувати за місця у рейтингах та отримувати винагороди за успіхи, що підвищує їхню залученість і мотивацію.

Використання цього методу також передбачає створення внутрішніх соціальних платформ, таких як форуми, чати або системи наставництва, де досвідчені студенти або викладачі можуть надавати поради та допомагати новачкам у виконанні завдань. Поєднання «Соціальної інтеракції» з іншими методами гейміфікації, наприклад, із завданнями, балами та рейтингами, дозволяє організувати навчальний процес у вигляді спільної гри, де студенти разом виконують завдання та змагаються за досягнення.

Застосування методу «Соціальна інтеракція» робить навчання журналістів більш захопливим і ефективним, сприяє розвитку комунікативних навичок, командної роботи та взаємної підтримки, а також стимулює студентів до активної участі у навчальному процесі та практичній діяльності.



1.3. Сутність фактчекінгу: поняття, мета та основні завдання

З 2016 року світова медіасфера зазнала помітного зростання кількості платформ, які спеціалізуються на перевірці достовірності інформації або інтегрували у свою діяльність елементи фактчекінгу. Таке зростання було зумовлене підвищенням суспільним інтересом до фактчекінгових ресурсів під час президентських виборів у США, коли вебсайти на кшталт «Factcheck.org» [29], «Politifact.com» (<https://www.politifact.com/>), «FactCheckEU.org» [28], а також рубрика «Fact Checker» у виданні «The Washington Post» (<https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>) зафіксували рекордну відвідуваність та підвищення авторитету серед аудиторії. У цей період окреслилася нова тенденція – відокремлення проєктів із фактчекінгу від традиційної розслідувальної журналістики, що свідчить про формування самостійного жанру.

У багатьох зарубіжних медіа робота з перевірки фактів здійснюється спеціальною командою фахівців. Наприклад, у німецькому журналі «Der Spiegel» працює 68 професійних фактчекерів. Відомим є їхній підхід: «Ми не публікуємо спростувань, бо не допускаємо помилок». У контексті України, як відзначає Н. Вірна, функції перевірки інформації зазвичай покладаються на журналістів-розслідувачів, редакторів чи правників у сфері медіа [14].

Розвиток українських фактчекінгових ініціатив був значною мірою зумовлений необхідністю протидії інформаційним атакам з боку Росії. Початкові спроби систематичної перевірки інформації ініціювали громадські організації, які згодом об'єднали свої зусилля під координацією Міністерства інформаційної політики.



Першою масштабною ініціативою став проєкт «Владометр», який функціонував з 2010 по 2014 рік і займався перевіркою передвиборчих обіцянок. Його продовжувачем став «Слово і Діло», що нині оперує базою з понад 40 тисяч політичних зобов'язань. Після Революції Гідності був створений проєкт «StopFake», спрямований на спростування дезінформації, зокрема міфів про Україну, що активно поширювалися російськими медіа. Одними з перших прикладів перевірок стали фейки щодо катастрофи «Boeing 777» у 2014 році, викривлені трактування державної символіки та інші резонансні повідомлення.

У 2016 році свою діяльність розпочав проєкт «VoxCheck», основним завданням якого є перевірка висловлювань українських політиків. Станом на сьогодні було проаналізовано понад 400 заяв, зроблених 70 представниками політичного спектру. Ще один важливий учасник фактчек-спільноти – «FactCheck.com.ua» – проводить постійний моніторинг висловлювань політиків і публічно спростовує дезінформацію [73].

Фактчекінг як явище поступово стає сталим трендом українського медіаполя. Одним із перших прикладів застосування цього підходу у професійній журналістиці стала перевірка заяв голови Національного банку України Валерії Гонтаревої та першого віцепрем'єра Степана Кубіва, здійснена редакцією «Економічної правди».

Фактчекінг у політичному контексті виконує надзвичайно важливу роль: він здатен впливати на виборчі процеси, підвищувати рівень громадського контролю за діяльністю органів влади, сприяти розвитку політичної освіченості та формувати навички критичного мислення в суспільстві.



Сьогодні існують різні підходи до трактування поняття фактчекінгу. Його витoki пов'язані з традиційною журналістикою, а саме з роботою редакційних структур, де діє так званий редакційний фільтр. Це технологія перевірки фактів, яка ґрунтується на етичних стандартах: об'єктивність, незалежність, неупередженість і точність. Саме ці засади формують довіру аудиторії до медіа та сприяють зміцненню його репутації.

На думку дослідника А. Мордюка, фактчекінг – це процес ретельної перевірки наведених у матеріалі даних, збалансованості подачі інформації, включення протилежних поглядів сторін перед оприлюдненням контенту. Простого інформування в цьому випадку недостатньо – кожен факт повинен бути підтверджений документально. Йдеться про офіційні документи, свідчення або інші надійні докази. Використання інформації з інших медіа дозволяється лише тоді, коли це джерело є унікальним, наприклад – інтерв'ю, яке особа дала один раз [58].

Фактчекінг повинен стати стандартом для журналістських розслідувань – про це наголошує Лейла Камджіч, експертка з OCCRP (Проекту з викриття організованої злочинності та корупції). Вона підкреслює, що довіра до медіа залежить від достовірності інформації, яку воно поширює. А ця довіра безпосередньо впливає на його репутацію та комерційні показники. У разі поширення недостовірних даних, медіа може стикнутися з судовими позовами, що завдають матеріальних та іміджевих збитків.

Фактчекінг також розглядається як:

- інструмент для верифікації публічних заяв із використанням лише відкритих і офіційних джерел;
- доступна форма аналітичного аналізу;
- новий формат подачі контенту;



- доказовий механізм;
- джерело аналітичної інформації [29].

Водночас фактчекінг – це не лише інструмент, а й глобальний тренд, що поєднує в собі найкращі традиції аналітичної журналістики та наукової достовірності. Одне з його ключових завдань – підвищення рівня інформованості громадян щодо найважливіших суспільно-політичних процесів.

Основним інструментом фактчекера є сумнів. Це – професійна недовіра, що вимагає постійного випробування реальності на достовірність. У цьому сенсі методологія фактчекінгу перегукується з принципами наукового дослідження.

Фактчекінг протистоїть широкому спектру інформаційних викривлень: газетним вигадкам, чуткам, маніпуляціям, фейкам (свідомим і несвідомим), фактоїдам, «джинсі» та редакційним помилкам [29]. Його місія – відокремлювати правду від маніпуляцій і тим самим зберігати інформаційне середовище прозорим і надійним.

На думку журналістикознавців, для ефективного опанування методології фактчекінгу варто дотримуватись низки базових принципів, що формують основу професійної перевірки інформації.

Пошук достовірного джерела та підтвердження через декілька незалежних каналів. Надійність будь-якого матеріалу базується на перевірці інформації з кількох непов'язаних між собою джерел. Це – усталена практика у відповідальних редакціях. Обов'язковим етапом є встановлення першоджерела – особи, яка вперше зробила заяву чи вчинила дію. Така особа є центральною фігурою у ланцюгу достовірної інформації. Іншими надійними джерелами можуть бути безпосередні учасники події, очевидці або особи, які мають безпосередній зв'язок із першоджерелом. Важливо розмежовувати



джерело як носія фактів і коментатора як інтерпретатора події, аби уникнути змішування фактів і думок та забезпечити читачеві повноцінне розуміння контексту.

Для досягнення об'єктивності журналістського матеріалу важливо не лише кількісне, а й якісне наповнення джерел інформації. Якщо всі інформатори представляють одну сторону конфлікту або явища, матеріал втрачає баланс. Залучення контрастивних поглядів – одна з базових умов професійного підходу. Будь-яка ситуація має кілька вимірів, і тому необхідно звертатися до всіх сторін, яких вона стосується. Цей класичний журналістський принцип дозволяє уникнути однобокості й забезпечити більш повне та неупереджене висвітлення.

Ще один важливий компонент фактчекінгу – вміння розпізнавати неправдиву або викривлену інформацію. Фейки – це не лише навмисні підробки, але й результат недбалості, фактологічних помилок, перекручень чи технічних неточностей, які можуть сформувати хибну картину реальності. Тому необхідно ретельно перевіряти написання імен, посад, звань, дат, назв, локацій та іншої критично важливої інформації. Саме увага до дрібниць часто є запорукою достовірності журналістського матеріалу.

Фейкова інформація може бути створена як з умисною метою дезінформації, так і як форма розважального контенту. У цьому контексті не розглядаються відкриті відеопранки чи соціальні експерименти, результати яких оприлюднюються чесно, однак привертає увагу феномен псевдоновинних ресурсів і квазіжурналістських ініціатив. Наприклад, американський комік Саша Барон Коен реалізував проєкт у жанрі мок'юментарі, створивши образ вигаданого журналіста Бората Сагдієва. Окрім



повнометражного фільму, існує низка коротких сюжетів із цим персонажем. Іншим його сатиричним образом став журналіст фешн-індустрії Бруно.

Окреме місце займають медіа, що систематично продукують псевдоновини. Деякі, як наприклад «The Onion», відкрито позиціонують себе як сатиричні ресурси. Інші – навпаки, намагаються імітувати справжні новинні видання, вводячи в оману не лише широку публіку, а й журналістську спільноту. Так, вигадана новина сайту «World News Daily Report» про нібито знайденого вбивцю Мерилін Монро була некритично підхоплена низкою великих російських медіа, серед яких «Російська газета», «Независимая газета» та «Московский комсомолец».

Аналізом подібних інформаційних інцидентів займається, зокрема, український проєкт TJournal, де відповідні публікації маркуються тегами #фейлиСМІ і #фейки.

Однією з головних загроз об'єктивності є емоційний фактор. Хоча емоції часто є інструментом впливу у традиційній журналістиці, для фактчекера вони можуть стати небезпекою, оскільки підштовхують до суб'єктивних оцінок і передчасних висновків. Популяризація неперевіреної інформації часто мотивується бажанням швидко привернути увагу аудиторії. Це призводить до поширення так званих фактоїдів – неправдивих або припущених тверджень, поданих як достовірні.

Професіонали галузі радять у випадку появи термінової, але неперевіреної інформації спочатку публікувати її з відповідними застереженнями в соціальних мережах. Такий підхід дозволяє залучити аудиторію до верифікації, не підриваючи довіру до самого медіа.



Як зазначає Лейла Камджіч, фактчекерка з міжнародного проєкту OCCRP, під час перевірки особливу увагу варто приділяти наступним елементам: правильності імен та назв, точності чисел і статистики, наявності емоційного забарвлення, точності цитувань, а також відповідності змісту загальному контексту і бекграунду події [15].

Соціальні мережі – джерело, що потребує особливої обережності

З одного боку, соцмережі суттєво спрощують доступ до інформації, з іншого – створюють додаткові ризики дезінформації. Кожен факт, знайдений у соціальних медіа, має бути підтверджений щонайменше двома-трьома незалежними джерелами, бажано із прямими цитатами. Окрім перевірки самого факту, необхідно також критично оцінювати достовірність джерела.

Інтернет та соціальні платформи дозволяють проводити глибший аналіз – зокрема, виявляти цифрові сліди особи, знаходити родичів, друзів, колег, а також опитувати їх з метою перевірки інформації.

Значним кроком у розвитку міжнародної фактчекінгової спільноти стало створення у вересні 2006 року Міжнародної фактчекінгової мережі (IFCN). Її завдання полягає у моніторингу, координації й підтримці фактчекінгових ініціатив у різних країнах. IFCN за нетривалий період зуміла стати впливовим гравцем на глобальній арені та підняти ідею фактчекінгу до рівня міжнародного стандарту.

Уже в 2016 році Міжнародна фактчекінгова мережа (IFCN) ініціювала створення Етичного кодексу, який став результатом багатомісячного узгодження позицій та консенсусу серед представників глобальної фактчекінг-спільноти. Згодом до цього



документу приєдналася значна кількість ініціатив, що займаються перевіркою інформації [29].

Кодекс базується на п'яти основоположних принципах. Незаангажованість і справедливість. Кожна перевірка має здійснюватися об'єктивно, без прояву симпатій до будь-якої зі сторін. Оцінювання повинно ґрунтуватися виключно на фактичній достовірності перевірюваного матеріалу. Для забезпечення неупередженості застосовується єдина методика і однакові критерії для всіх випадків, незалежно від контексту чи джерела.

Прозорість джерел інформації. Щоб будь-який читач мав змогу самостійно перевірити достовірність викладених висновків, необхідно зазначати всі джерела, на які спирається фактчекер. Це дозволяє провести повторну перевірку. Виняток можливий лише тоді, коли розкриття джерела може створити загрозу для його безпеки. Проте навіть у таких випадках повинна бути надана якомога повніша інформація.

Прозорість у фінансуванні та організаційній структурі. Фактчекінгові організації повинні чітко розкривати джерела свого фінансування. Якщо проєкт отримує фінансову підтримку, має бути гарантовано, що жодна зі сторонніх організацій не впливатиме на результати перевірок. Також необхідно оприлюднювати інформацію про ключових членів команди, структуру організації, її правовий статус та забезпечувати доступний канал зв'язку для зворотного зв'язку з аудиторією.

Прозорість методології. Фактчекери повинні пояснювати, за якими критеріями обираються твердження для перевірки, як відбувається сам процес верифікації, редагування та публікації. Окрім того, читачів заохочують надсилати запити на перевірку фактів, які викликають сумніви.



Відкритість до коригування оцінок. Кодекс визначає чіткі правила для внесення змін до вже опублікованих вердиктів. У разі виявлення помилки або надходження нових даних правки повинні бути оприлюднені з обґрунтуванням причин змін, відповідно до встановлених стандартів [29].

Таким чином, хоча у науковому і професійному середовищі ще не вироблено абсолютно однозначного трактування поняття фактчекінг, у практичному вимірі він виконує функцію глибокої перевірки фактів, балансування подачі різних точок зору та забезпечення достовірності ще до моменту публікації. Водночас фактчекінг є унікальним інструментом перевірки публічних заяв, що використовує лише офіційні відкриті джерела. Його також розглядають як доступний формат аналітики, нову концептуальну форму журналістики, доказову методику та джерело структурованої аналітичної інформації.

Загалом, діяльність фактчекінгових проєктів у світі, зокрема в Україні, спирається на Етичний кодекс IFCN, що визначає стандарти об'єктивності, прозорості, доброчесності й професійної відповідальності.

1.4. Онлайн-інструменти фактчекінгу в цифровому медіасередовищі

За інформацією лабораторії журналістських досліджень Duke University Reporter, у світі активно зростає кількість платформ для перевірки фактів. Станом на сьогодні діє понад 110 таких сервісів, причому понад 90% з них з'явилися після 2010 року, а близько половини – лише за останні два роки [68]. У звіті Reuters, присвяченому динаміці розвитку європейського фактчекінгу, зазначається, що одним із перших прикладів систематичної



перевірки фактів став блог британського телеканалу Channel 4 News, створений у 2005 році в період парламентських виборів. У наступні роки аналогічні ініціативи з'явилися у Франції та Нідерландах, і вже до 2010 року фактчекінгові проєкти були представлені у десяти країнах Європи.

Загалом протягом останнього десятиліття в Європі було створено понад 50 профільних платформ для перевірки достовірності інформації. Проте, незважаючи на стрімкий розвиток, частина з них припинили активну діяльність або функціонують нерегулярно [68].

Цікаво, що далеко не завжди фактчекінг є прерогативою традиційних медіа. Значну частину цієї роботи сьогодні виконують неурядові організації та незалежні громадські проєкти. Хоча деякі ресурси функціонують у межах великих медіаструктур (наприклад, Channel 4 News), більшість – понад 60% – є автономними ініціативами або громадськими організаціями, які можуть водночас виступати як партнери, так і конкуренти класичних медіа [68].

У передвиборчий період у США 2016 року компанія Google інтегрувала функцію перевірки фактів у сервіс Google News. У мобільних додатках і веб-версії з'явився спеціальний розділ «fact check», який доповнив уже наявні «opinion» та «highly cited». Алгоритми Google автоматично визначають, чи є доцільним застосування фактчекінгу до конкретної новини, і відображають лише ті джерела, які відповідають загальноприйнятим стандартам перевірки фактів. Крім того, видавці можуть самостійно маркувати свої матеріали тегом «fact check», за умови дотримання технічних вимог Google News.

Засновник одного з провідних американських фактчек-ресурсів PolitiFact, професор журналістики з Duke University Білл



Адер, відзначив появу цієї функції в Google як важливий крок для всієї індустрії фактчекінгу.

У 2016 році під час телевізійних дебатів між Гіллари Клінтон і Дональдом Трампом онлайн-платформи, як-от Mashable та The Verge, оперативно здійснили перевірку заяв кандидатів у режимі реального часу. Так, прикладом стала спроба спростувати твердження Трампа щодо того, що глобальне потепління – вигадка, що одразу було спростовано на основі наукових даних.

Окремий масштабний фактчекінг-проект під час перших президентських дебатів у США реалізувало «National Public Radio» (NPR). До роботи над ним було залучено понад 20 журналістів, які в режимі реального часу створювали текстову розшифровку дебатів із супровідними коментарями та аналітичними поясненнями. За оновленням проекту стежили близько шести мільйонів користувачів, що стало рекордним показником відвідуваності сайту NPR.

У відповідь на поширення фейкових новин, які стали однією з причин інформаційних скандалів під час виборів у США, компанія Facebook розробила механізм для боротьби з недостовірним контентом. Користувачі соціальної мережі отримали можливість позначати новини як потенційно фейкові. Аналогічний механізм раніше застосовувався до дописів із мовою ворожнечі, зображеннями насильства або порнографічного характеру. У випадку, якщо публікація отримає значну кількість скарг, її передадуть на перевірку до партнерських інформаційних агентств або незалежних фактчек-організацій. Новини, які містять сумнівні або неперевірені факти, маркуються як «спірні» та знижуються у видачі новинної стрічки. Хоча користувачі можуть продовжити



ділитися такими матеріалами, вони отримують додаткове попередження про сумнівний характер інформації [10].

Для перевірки зображень на автентичність існує кілька ефективних онлайн-інструментів. Наприклад, сервіс Findexif.com дозволяє завантажити фотографію або надати пряме посилання на неї для визначення EXIF-метаданих – таких як дата, час, модель пристрою, параметри зйомки, а в окремих випадках і координати місця зйомки. Інший ресурс FotoForensics спеціалізується на проведенні аналізу рівня помилки (ELA), що дозволяє виявити ознаки редагування або підробки зображення. Програма підсвічує фрагменти, які були змінені. Також популярним є інструмент TinEye – це система зворотного пошуку зображень, яка дозволяє знайти всі варіанти використання певного фото в Інтернеті, навіть якщо воно було обрізане чи змінене.

Британський журналіст телеканалу ВВС, Грем Деген, який співпрацює з українськими журналістами в рамках ініціативи Європейського Союзу «Медійне сусідство» як тренер і консультант із цифрових медіаінструментів, радить у випадках сумнівів щодо достовірності візуального контенту використовувати функцію зворотного пошуку зображень «Google Search by Image» [39]. Цей інструмент дозволяє визначити першоджерело фотографії або зображення, а також перевірити, чи воно зазнавало змін. Якщо користувач працює в браузері Google Chrome, достатньо клацнути правою кнопкою миші на потрібному зображенні та обрати опцію «Знайти це зображення в Google». Для інших браузерів можна скористатися додатковими плагінами, як-от «Who stole my pictures», або перенести файл до пошукового рядка вручну. Такий підхід дає змогу оперативно виявляти підробки, відстежувати історію публікацій і підтверджувати автентичність візуальних матеріалів.



Крім того, британські журналісти з BBC, Storyful, ABC, Digital First Media разом із фахівцями з верифікації інформації та підтримки в кризових ситуаціях, у співпраці з Європейським центром журналістики (EJC), підготували спеціалізований посібник під назвою *Verification Handbook* [54]. Цей довідник є інноваційним ресурсом для журналістів, медіаорганізацій та гуманітарних служб, що надає покрокові інструкції з перевірки інформації, отриманої від користувачів соціальних мереж під час надзвичайних подій.

Посібник розроблений з урахуванням специфіки кризових ситуацій, коли соцмережі переповнені повідомленнями про небезпеки, проханнями про допомогу, звітами з місця подій і рятувальною інформацією. Відповідно, точність переданої інформації може впливати на оперативність і ефективність реагування. Автори пропонують алгоритми оцінки достовірності таких даних, описують типові помилки та надають практичні рекомендації щодо підготовки редакцій до роботи в умовах інформаційного перевантаження.

У розділі *Verification Basics* посібника *Verification Handbook*, Стів Батрі, редактор напряму «Цифрові трансформації» в медіакомпанії *Digital First Media*, наголошує: незалежно від того, про що йдеться – про природну катастрофу, важливу новину чи науково-популярний матеріал, журналісти мають пам'ятати, що інформація, яку вони отримують, може бути викривленою через помилкові спогади чи обмежене бачення ситуації. Батрі наполягає, що верифікація має бути щоденною журналістською практикою: «Ми повинні уважно вислуховувати наших співрозмовників, одночасно шукаючи можливості перевірити їхню розповідь. Чи можуть вони надати фото, відео, документи чи листи, які б підтвердили або конкретизували сказане, чи, можливо, скоригували



неточні спогади?» Він особливо підкреслює, що в умовах браку часу або надзвичайних обставин важливо опиратися на основоположні принципи перевірки фактів [100].

Інструкторка з новинного виробництва Розалі Стемер акцентує увагу на ще одному важливому питанні, яке журналіст має поставити у процесі перевірки: *«Звідки ще можна було б дізнатися цю інформацію?»* Вона підкреслює, що процес верифікації потребує етичної свідомості, наполегливості, критичного мислення та креативного підходу.

На її думку, ефективна перевірка базується на поєднанні трьох ключових складових:

- особистих якостей журналіста – зокрема скептичності, винахідливості, наполегливості та професійних навичок;
- достовірності, компетентності та етичності джерел, а також наявності достатньої кількості різноманітних і перевірених інформаторів;
- наявної документації, яка підтверджує або уточнює отриману інформацію [100].

Сучасні умови, зокрема безперервний інформаційний потік у режимі 24/7, розвиток соціальних мереж і контенту, створеного користувачами, вплинули на зміну методів перевірки. Журналісти змушені паралельно збирати й публікувати інформацію у ході подій. У таких умовах медійникам доводиться швидко приймати рішення щодо достовірності джерел. Водночас цифрові технології значно розширюють можливості пошуку й перевірки інформації. Широке використання баз даних та мобільних пристроїв із камерами сприяє доступу до великої кількості візуального та текстового матеріалу. Таким чином, ефективна перевірка базується як на технологічних



ресурсах, так і на неухильному дотриманні журналістських стандартів точності й достовірності.

Нагальна потреба у верифікації інформації зумовлена тим, що значна частина джерел, з якими працюють журналісти, є ненадійними. Вони можуть дезінформувати як навмисно, так і через помилки, надавати неповні або викривлені відомості, базуватись на неточних спогадах чи обмеженому розумінні ситуації. Через це джерела іноді не здатні адекватно передати повну картину подій, і в результаті можуть стати причиною поширення хибної інформації. Завдання журналіста – критично ставитися до таких свідчень, верифікувати їх за допомогою незалежних джерел, підтверджувати достовірні факти та фільтрувати неправдиву або сумнівну інформацію до моменту публікації матеріалу [100].

Кожен із доступних журналісту методів перевірки має як переваги, так і певні обмеження. У надзвичайних ситуаціях, коли інформація швидко змінюється, журналіст може отримати доступ як до офіційних джерел, так і до очевидців або учасників подій. Проте навіть ці свідки можуть мати упередження або недостатнє розуміння контексту.

У *Verification Handbook* представлено низку онлайн-інструментів, які допомагають перевіряти особисті дані, профілі користувачів соціальних мереж та контактну інформацію. AnyWho – безкоштовний сервіс пошуку за іменем або телефоном із доступом до записів у «Білих сторінках». AllAreaCodes – дозволяє знайти адресу або ім'я людини за номером телефону, якщо той зареєстрований у відкритих базах. Facebook Graph Search – інструмент для локалізації користувача за ключовими ознаками (місце проживання, вік, посада) навіть без знання імені. GeoSocial Footprint – сайт, який аналізує геолокацію за твітами, реєстраціями



в соцмережах і мовними мітками. Identify – плагін для браузера Firefox, який формує профіль користувача з будь-якої сторінки у соціальних медіа.

Додатково, для збору інформації про осіб журналісти можуть використовувати такі сервіси: LinkedIn (платформа, що дозволяє перевірити професійний бекграунд, кар'єрні зв'язки та публічну активність особи), MuckRack (база журналістів, активних у соціальних мережах, яку веде команда редакторів), Numberway (довідник, що містить телефонні бази з більшості країн світу), Person Finder (інструмент Google для пошуку людей, який активується під час надзвичайних подій (катастроф, криз)), Pipl.com (система, що ідентифікує цифрові сліди особи на основі акаунтів, публікацій, зв'язків), Rapportive (плагін до Gmail, який збагачує профіль контактів даними із соцмереж, включно з місцем роботи та проживанням), Spokeo (пошукова система, що дозволяє зібрати профайл людини за електронною поштою, ім'ям або номером телефону: містить відомості про вік, зайнятість, сімейний стан, освіту, дохід), WebMii (сервіс, який шукає онлайн-сліди за іменем або ключовими словами, оцінює рівень цифрової активності, що корисно для викриття фейкових акаунтів) [100].

Застосування таких цифрових інструментів у поєднанні з критичним мисленням дозволяє журналістам оперативно перевіряти факти, розпізнавати дезінформацію та підвищувати загальний рівень достовірності контенту, особливо в умовах кризових подій або інформаційних атак.

Сервіс WHOIS дозволяє ідентифікувати власника доменного імені, надаючи детальну інформацію про дату реєстрації домену, його географічне розташування, а також контактні дані особи або організації, на яку зареєстрований домен.



Таким чином, у сучасному цифровому середовищі журналісти мають у розпорядженні великий набір інструментів для перевірки достовірності даних. Це ще раз підтверджує: фактчекінг – не набір усталених алгоритмів, а насамперед професійна відповідальність, небайдужість і аналітичне мислення фактчекера. Важливу роль також відіграє його технічна обізнаність, розуміння медіаландшафту та навички використання цифрових сервісів.

Фактчекінг розглядається як багатофункціональний процес. З одного боку, це метод оцінки точності викладених у журналістському матеріалі фактів, дотримання балансу думок та коректного представлення позицій усіх сторін до моменту публікації. З іншого – це окремий напрям аналітичної діяльності, орієнтований на перевірку правдивості публічних висловлювань, із використанням виключно відкритих офіційних джерел. У цьому контексті фактчекінг постає як інструмент доказу, спосіб структурованої подачі аналітики, що формує основу для свідомого споживання інформації.

Професійна спільнота фактчекерів дотримується Етичного кодексу, розробленого Міжнародною мережею фактчекінгу (IFCN). Цей кодекс встановлює ключові стандарти прозорості, неупередженості та відповідальності, а сама мережа здійснює моніторинг дотримання цих принципів і підтримує розвиток незалежних фактчекінгових ініціатив у всьому світі.



1.5. Тенденції розвитку фактчекінгових ініціатив в Україні

Проблема дезінформації та зростання популізму в політичному дискурсі в Україні дедалі більше набуває ознак загрози національній безпеці. Ця загроза посилюється через системне проникнення в український інформаційний простір російських пропагандистських наративів. У таких умовах зростає потреба в «сторожовій» журналістиці (*watchdog journalism*), яка виконує функцію захисту суспільного інтересу. Значну роль у цьому процесі відіграють платформи, що спеціалізуються на перевірці фактів, як у межах окремих ініціатив (наприклад, *Factcheck.org*, *Politifact.com*, *FactCheckEU.org*), так і в складі редакцій великих медіа – зокрема, *Fact Checker* газети *The Washington Post*.

В Україні фактчекінг поступово розвивається, хоча перші спроби в цій галузі мають вже понад десятилітню історію – наприклад, проєкт «Слово і діло». Сьогодні в інформаційному полі активно діють такі ініціативи, як StopFake [99] (з 2014 року), VoxCheck (ініціатива аналітичного центру *VoxUkraine* (<https://voxukraine.org/about-us/>)); БезБрехні (переформатований проєкт, що виник на основі *FactCheck-Ukraine* (www.factcheck.com.ua)).

Зростання попиту на перевірку фактів в українському суспільстві значною мірою зумовлене політичною активністю, зокрема, подіями на зразок президентських виборів 2019 року. У цей період з'явився спільний проєкт фактчекінгу під назвою #ВибориБезБрехні, до якого долучилися незалежні медіа: *Громадське радіо*, *Українська правда*, *VoxCheck*, *Нове время*, *KyivPost* та *Радіо Свобода*. Його мета – перевірка достовірності заяв кандидатів у президенти.



Подібну аналітику пропонує також видання DW Ukrainian, зокрема, у постійній рубриці «Фактчек DW». У форматі політичного ток-шоу «Зворотний відлік» на каналі UA: *Перший* відбувалася пряма фактчекінг-перевірка висловлювань політиків в ефірі. У ній брали участь представники VoxUkraine Олена Шкарпова та Максим Яковлєв (директор Школи політичної аналітики НаУКМА). Це дозволило глядачам отримати збалансовану оцінку заяв політичних діячів та краще зрозуміти їхню відповідність реальності.

Серед загальних тенденцій розвитку фактчекінгу в Україні – розширення форматної палітри. Частина проєктів дотримується класичних підходів до перевірки фактів, зосереджуючись на публічних заявах політиків. Серед таких «VoxCheck», «БезБрехні», «Дослівно» (національного масштабу) та «Checkregion-ua.info» (регіонального рівня). Водночас зазначимо, що деякі з них, зокрема «Дослівно», не завжди використовують відкриті джерела, що є принциповою вимогою концепції фактчекінгу. Докладніше про специфіку цих проєктів описано у джерелі [24].

Одним із флагманів українського аналітичного простору лишається StopFake. Спочатку цей ресурс мав на меті спростування фейків та дезінформації, що стосувалися подій в Україні й поширювалися російськими медіа. Згодом «StopFake» трансформувався в повноцінний інформаційно-аналітичний хаб, який не лише аналізує кремлівські пропагандистські наративи, а й досліджує подібні явища в Сирії, Туреччині, країнах ЄС і пострадянського простору.

Матеріали платформи доступні у різних форматах: на сайті, у відео- та аудіопрограмах, у соціальних мережах, подкастах, на телеканалах, включно з *Ukraine Today*. Наприклад, до грудня 2017 року в рубриці «StopFakeNews» вийшло 189 відеовипусків, а в



подкастах 98 аудіопрограм про методи пропаганди. Також видання «Твоє право знати», що видається за підтримки Посольства Великобританії в Україні, доступне в електронному форматі у рубриці «Газета».

Сьогодні StopFake це вже не лише проєкт журналістських розслідувань, а міжнародна платформа, що відіграє вагомий роль у сфері медіаосвіти. Одним із її головних завдань стало не тільки викриття фейків, а й формування критичного мислення серед широкої аудиторії. Зокрема, у співпраці з Академією української преси та організацією IREX команда проєкту розробила навчальні матеріали з верифікації інформації, а також провела серію тренінгів із медіаграмотності [99].

Журналісти й аналітики платформи StopFake активно залучаються до інших ініціатив, зокрема беручи участь у проєкті «Інформаційна війна в інтернеті», про що свідчать матеріали в рубриці «Новини про нас». Разом із партнерами з країн Центральної та Східної Європи команда завершила масштабне дослідження дезінформації, поширеної прокремлівськими медіа. Результати моніторингу були представлені на пресконференції в Українському кризовому медіацентрі (УКМЦ). Основною метою дослідження було виявити типові теми та прийоми, які використовує російська пропаганда в локальних медіа різних країн. Виявилось, що незалежно від географії, чи це Україна, чи інші країни регіону, кремлівська риторика використовує схожі механізми: емоційний тиск, маніпуляції фактами, зміна акцентів відповідно до національного контексту, розпалювання суперечок та нагнітання соціальних конфліктів [100].

Як зазначає Вікторія Романюк, активна міжнародна участь членів команди StopFake та їх виступи у 20 країнах довели:



проблема російської дезінформації є глобальною. Крім того, сайт *StopFake.org* фактично став унікальним архівом медіа-фальсифікацій, прикладів маніпуляцій та інформаційних атак, організованих російськими службами.

Серед піонерів українського фактчекінгу слід відзначити аналітичний портал «Слово і діло», який став одним із перших ресурсів, що системно відстежує виконання політичних обіцянок. Головна мета платформи – сприяння прозорості, підзвітності влади та формуванню відповідального політичного середовища. Механізм реалізації цього завдання полягає в моніторингу публічних заяв та обіцянок політиків, їх документуванні та подальшому аналізі ступеня реалізації. За результатами таких перевірок формуються рейтинги відповідальності публічних осіб.

Протягом восьми років діяльності команда зібрала понад 40 тисяч обіцянок. Станом на 2024 рік, близько 25% з них були виконані, приблизно стільки ж провалено. Майже 6,5 тисячі залишаються на стадії реалізації. Інші обіцянки були перенесені до архіву, наприклад, у випадках, коли посадовець пішов із посади або сталася форс-мажорна ситуація.

У методології «Слова і Діла» докладно описано, як здійснюється пошук, документування та перевірка обіцянок, а також визначаються статуси виконання та можливість їх оскарження [39]. Водночас деякі громадські активісти висловлювали застереження щодо принципів відбору обіцянок, адже певна вибіркковість може створити ілюзію об'єктивності та вплинути на рейтинг публічної особи. Крім того, проєкту закидали зв'язки з представниками попередньої політичної влади, що ставить під сумнів повну незалежність ресурсу.



Напередодні виборів Президента України у 2019 році, до фактчекінгу політичних обіцянок приєдналися й інші ініціативи. Зокрема, «Детектор медіа» разом із фахівцями Міністерства охорони здоров'я реалізували спеціальний проєкт «Фактчекінг обіцянок», у межах якого аналізували заяви кандидатів щодо реформи медичної системи. Експерти також оцінювали реалістичність передвиборчих програм. Перед першим туром було перевірено обіцянки п'яти провідних кандидатів.

VoxCheck, у свою чергу, активно використовує соціальні мережі – короткі фактчеки публікуються у Facebook, а розширені матеріали доступні на сайті *voxukraine.org*. Команда також випускає відеоматеріали у співпраці з Громадським телебаченням, реалізуючи проєкт за підтримки National Endowment for Democracy. Ще один напрямок – спільна ініціатива з Громадським радіо під назвою «Правда проти політиків». У 2017 році VoxCheck став інформаційним партнером телепередачі «Гра слів» на 24 каналі [15]. Мета програми – нагадати політикам про відповідальність за свої слова та посилити увагу суспільства до правдивості передвиборчих заяв.

У межах однойменної рубрики експерти-фактчекери аналізують достовірність висловлювань українських політиків, які були відібрані для перевірки. Із червня 2017 року VoxCheck започаткував щотижневу ініціативу «VoxCheck Impact-17», у рамках якої відстежує заяви сімнадцяти найбільш впливових політичних діячів. Команда журналістів також закликала читачів долучатися до проєкту, надсилаючи цитати політиків із вказаними джерелами для подальшої перевірки [52, с. 5].

Медіаосвітня діяльність фактчекінгових ініціатив реалізується через проведення тренінгів, круглих столів, міжнародних



конференцій, створення онлайн-курсів та розробку методичних матеріалів. Основна мета цих заходів – інтегрувати фактчекінг у систему медіаграмотності в Україні. Так, у співпраці *VoxUkraine* та освітньої платформи *EdEra* був розроблений онлайн-курс «Фактчек: довіряй – перевіряй», реалізований за підтримки фонду «Відродження» та за інформаційної підтримки «Детектор Медіа» [39]. Цільова аудиторія подібних навчальних програм є журналісти, студенти, викладачі, громадські активісти.

З метою адаптації навчальних матеріалів до потреб сучасного суспільства, фактчекінгові проєкти активно співпрацюють з організаціями Академія української преси, Internews та іншими. Зокрема, Олександр Гороховський, головний редактор порталу *БезБрехні*, є тренером модулю з фактчекінгу в освітній програмі Академії та автором відповідного розділу у «Практичному посібнику з медіаграмотності для мультиплікаторів» [40].

Суттєвою новацією стало впровадження інструментів автоматизації перевірки фактів. Це значно розширює можливості фактчекінгових команд та дає змогу поширювати результати серед ширшої аудиторії. Один із таких проєктів *FakesRadar*, який виконує автоматичний аналіз інформаційного простору на предмет ознак пропаганди та дезінформації. Як пояснює Дмитро Потехін, співзасновник *FakesRadar.org*, головна мета – зробити перевірену інформацію доступною для користувачів, а фактчекерам допомогти донести свої висновки до аудиторії. Програма працює за принципом сканування новинних стрічок та веб-сторінок, порівнюючи дані з міжнародними базами (наприклад, *EUvsDisinfo*, *StopFake*). Для використання достатньо встановити браузерний плагін або мобільний додаток. Сервіс надає покликання на спростування фейків і коротку довідку про сайт-джерело дезінформації.



Більшість фактчек-ресурсів функціонують у межах певного середовища, однак тенденції крос-медійності змінюють цей підхід. Зокрема, *StopFake* поширює свій контент через вебсайт, телеканали, подкасти, соціальні мережі. Матеріали можна переглядати на *Ukraine Today*, місцевих телеканалах, слухати у форматі радіопередач. У рубриці «Відео» доступні випуски «StopFakeNews», у «Подкасті» огляди пропаганди в медіа, а в розділі «Газета» публікуються електронні версії друкованого видання «Твоє право знати», яке виходить за підтримки Посольства Великої Британії в Україні.

Українські фактчекінгові ініціативи активно взаємодіють із зарубіжними партнерами. Наприклад, *StopFake* разом із організаціями Центральної та Східної Європи реалізовував спільний проєкт із моніторингу прокремлівської дезінформації [51]. Платформа *БезБрехні* застосовує у своїй практиці напрацювання міжнародних структур, як-от *PolitiFact* чи *FactCheck.ge*. У партнерстві з казахстанськими та російськими командами українські фактчекери працюють над стандартизацією методології перевірки фактів та її інтеграцією в журналістські розслідування.

Основні тенденції розвитку фактчекінгу в Україні: активізація проєктів у виборчі періоди, поява спецпроєктів і посилення регіональних ініціатив; розширення об'єктів перевірки та форматів подачі контенту; інтеграція в систему медіаосвіти (курси, тренінги, навчальні матеріали); автоматизація фактчекінгу (додатки, плагіни, системи верифікації); крос-медійність, присутність у текстовому, відео- та аудіоформатах; міжнародна кооперація – участь у спільних проєктах, обмін досвідом.

Українські фактчекінгові ресурси орієнтуються на міжнародні стандарти, працюючи виключно з відкритими джерелами та



перевірюваними твердженнями. Не підлягають перевірці припущення, прогнози або суб'єктивні оцінки. Фактчекери чітко розмежовують факт і фактоїд, тобто такі висловлювання, які лише видаються достовірними, але не мають підтвердження.



РОЗДІЛ 2

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА В ПІДГОТОВЦІ ЖУРНАЛІСТІВ

2.1. Інтерактивні підходи та гейміфікація в журналістській освіті та сучасних медіа

У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства журналісти стикаються з високими вимогами до швидкості, точності та креативності подачі матеріалу. Підготовка майбутніх фахівців у сфері журналістики потребує не лише освоєння теоретичних знань, а й розвитку практичних навичок, здатності до критичного та аналітичного мислення, швидкої адаптації до нових форматів і технологій медіа. Саме у цьому контексті використання гейміфікаційних підходів у освітньому процесі набуває особливого значення.

Гейміфікація дозволяє створювати навчальні сценарії, що імітують реальні професійні ситуації, де студенти можуть відпрацьовувати вміння збирати інформацію, аналізувати її, працювати в команді, ухвалювати оперативні рішення та виробляти власні медіапродукти. Ігрові елементи, такі як рейтинги, завдання з різними рівнями складності, балова система та віртуальні нагороди, не лише підвищують мотивацію студентів, але й формують у них стійкі професійні компетентності, необхідні у сучасній журналістиці.

Крім того, інтеграція гейміфікації у навчальний процес допомагає студентам журналістських спеціальностей адаптуватися до динаміки сучасного медіа-середовища, де конкуренція за увагу аудиторії та швидкість реагування на інформаційні події є критично важливими. Використання ігрових механік сприяє розвитку



навичок креативності, ефективної комунікації та цифрової грамотності, а також формує розуміння етики та стандартів професійної діяльності.

Таким чином, впровадження гейміфікаційних підходів у підготовку журналістів є не лише інноваційним, а й стратегічно важливим кроком, що дозволяє поєднати теоретичні знання та практичні навички у безпечному та мотивуючому навчальному середовищі.

З огляду на те, що гейміфікація допомагає формувати ключові професійні компетентності журналістів, логічним кроком є аналіз того, як сучасні медіа застосовують ігрові елементи у своїй діяльності. Вивчення реальних практик гейміфікації у медіа дозволяє побачити, які механіки стимулюють активність аудиторії, заохочують до взаємодії з контентом та підвищують рівень залученості користувачів.

Аналіз таких прикладів дає змогу не лише оцінити ефективність ігрових підходів у професійній діяльності журналістів, а й інтегрувати найуспішніші практики у навчальний процес. Завдяки цьому майбутні журналісти отримують можливість набутти досвіду, що максимально наближений до реальної роботи у медіа, де швидкість, точність та креативність відіграють вирішальну роль.

Застосування гейміфікації в підготовці журналістів дозволяє адаптувати студентів до професійної діяльності, де швидкість реагування, креативність і здатність до ефективної взаємодії з аудиторією відіграють ключову роль. Щоб краще зрозуміти, як ігрові механіки можуть бути використані для розвитку професійних компетентностей, доцільно розглянути історію та сучасні практики гейміфікації у різних сферах.



Ідея гейміфікації виникла ще на початку XX століття, коли компанія «Крекер» почала додавати іграшки-сюрпризи до своєї продукції, створюючи перший досвід інтеграції ігрових елементів у повсякденне життя споживачів. Сам термін «гейміфікація» уперше запропонував британський програміст Нік Пеллінг у 2002 році для опису використання ігрових механік у неігрових контекстах. Згодом, починаючи приблизно з 2011 року, цей підхід став активно застосовуватися у бізнесі та корпоративних середовищах, як зазначає науковиця О. Каганець. Вона підкреслює, що елементи гейміфікації дедалі частіше інтегруються у робочі процеси компаній різного масштабу від стартапів до великих корпорацій, що охоплюють різні галузі, включаючи виробництво та технології.

Особливо цікаво, що медіаіндустрія активно впроваджує ігрові механіки для підвищення залученості аудиторії. Сучасні медіакомпанії використовують бали, рейтинги, інтерактивні завдання та нагороди, щоб стимулювати користувачів взаємодіяти з контентом, брати участь у конкурсах та проєктах, а також формувати лояльність до бренду. Для майбутніх журналістів це стає цінним прикладом того, як гейміфікація може поєднувати розважальний та освітній потенціал, створюючи середовище, де професійні навички розвиваються в реалістичних умовах, наближених до практики медіа.

Однією з галузей, де гейміфікація набула широкого застосування, є маркетинг. Тут ігрові механіки стали ефективним інструментом для залучення нових клієнтів та підтримки інтересу вже існуючих. Використання таких елементів, як бонусні програми, рейтингові списки, змагання та винагороди за певні дії чи покупки, дозволяє брендам взаємодіяти з аудиторією більш динамічно та



інтерактивно. Це, у свою чергу, підвищує лояльність користувачів і сприяє збільшенню продажів.

Маркетологиня А. Карапетян, яка працює в компанії Nektony, що спеціалізується на розробці програм для Mac, відзначає, що впровадження ігрових механізмів у маркетингові стратегії дозволяє досягти кількох ключових цілей. По-перше, гейміфікація стимулює користувачів частіше взаємодіяти з продуктом або сервісом, підвищуючи їхню активність. По-друге, вона формує більш міцний емоційний зв'язок із брендом, що сприяє зростанню лояльності клієнтів.

Крім того, ігрові елементи мотивують користувачів виконувати конкретні дії, наприклад залишати відгуки, ділитися інформацією чи здійснювати покупки. Вони також полегшують процес освоєння продукту, дозволяючи користувачам інтерактивно вивчати його функції. Прикладом успішного впровадження гейміфікації є український банк Monobank, який інтегрував у свій мобільний додаток віртуальних котів та систему нагород за виконання фінансових операцій. Така стратегія не лише підвищила залученість клієнтів, але й допомогла створити впізнаваний бренд, де символічні віртуальні коти стали емоційним містком між користувачами та банком.

Одним із яскравих прикладів успішного використання гейміфікації є популярний додаток для вивчення іноземних мов Duolingo. Завдяки застосуванню елементів ігрового дизайну, таких як бали, рівні, система нагород і рейтингові таблиці, платформа перетворює навчання мов на захопливий та ефективний процес. Такий підхід не лише робить навчання доступним для широкої аудиторії, але й сприяє високому рівню зацікавленості користувачів,



що підтверджується більш ніж 500 мільйонами завантажень додатку у всьому світі [64, с. 272].

Сучасна журналістика, так само як і освіта, зазнає значних трансформацій під впливом технологічних інновацій та змін у поведінці аудиторії. Медіа активно шукають способи підвищити рівень залученості читачів і глядачів, роблячи контент більш інтерактивним і динамічним. Одним із таких підходів стає інтеграція елементів ігрової індустрії у журналістські формати. Це дозволяє медіа експериментувати з подачею інформації, створюючи нові моделі комунікації, що поєднують інформування та інтерактивну взаємодію [64, с. 272].

Зростання конкуренції за увагу користувачів стимулює медіа шукати ефективні методи подання складних соціальних та політичних тем. Інтеграція ігрових елементів у новинний контент дозволяє не лише підвищити його привабливість, але й залучати аудиторію до активної взаємодії з інформацією.

Науковиця А. Глушко підкреслює, що ігрові механіки у медіа використовуються не тільки як розважальний елемент, але й інтегруються безпосередньо у новинний контент. Це сприяє виникненню таких форматів, як новинні ігри та інтерактивні візуалізації, які стають невід'ємною частиною сучасного медіасередовища. Завдяки інтерактивності такі формати дозволяють аудиторії відчувати себе активним учасником подій, а не лише спостерігачем [23, с. 62].

Досвід застосування гейміфікації в освіті та маркетингу демонструє її ефективність у залученні користувачів та стимулюванні активності. Перенесення цих підходів у журналістику дозволяє не лише підвищити інтерактивність та емоційну залученість аудиторії, але й формує нові стандарти професійної



підготовки журналістів, які повинні вміти створювати контент, здатний зацікавити та втримати увагу сучасного користувача.

Дослідження підтверджують, що гейміфікація позитивно впливає на навчальний процес, підвищуючи зацікавленість студентів, стимулюючи їхню мотивацію та покращуючи ефективність запам'ятовування матеріалу [102, с. 685]. У журналістиці застосування гейміфікаційних підходів часто реалізується через новинні ігри, які поєднують інформаційний контент із інтерактивністю. Я. Богост, С. Феррарі та Б. Швайцер у праці «*Newsgames: journalism at play*» пропонують класифікацію таких ігор за жанрами. Ігри у форматі авторських колонок відтворюють структуру традиційних газетних колонок, дозволяючи користувачеві брати участь у дискусії в ігровій формі, як, наприклад, гра «*September 12*», яка відображає авторське бачення проблеми тероризму. Ігри-таблоїди імітують сенсаційний контент жовтої преси, висміюючи плітки або скандали, як у грі «*Mel Gibson Drunk Driving*», де гравець управляє персонажем, що уникає поліції та збирає пляшки з алкоголем. Репортажні ігри відтворюють події журналістського репортажу, надаючи користувачеві інтерактивний досвід участі, прикладом чого є «*Cutthroat Capitalism*», де гравці беруть на себе роль сомалійських піратів і аналізують економічні аспекти захоплення кораблів. Ігри-інфографіка перетворюють статичні дані на інтерактивний контент, допомагаючи користувачам виявляти причинно-наслідкові зв'язки, як у грі «*Budget Hero*», де необхідно створити збалансований державний бюджет США. Документальні ігри поєднують журналістське розслідування або спецрепортаж із інтерактивністю, використовуючи реальні фото та відеоматеріали; прикладом є



інтерактивні документальні ігри *Al-Jazeera*, присвячені темі біженців [81].

На думку дослідників, така класифікація може бути адаптована до українського медійного контексту, проте необхідно враховувати специфіку розвитку національних медіа [35]. Успішність інтеграції новинних ігор у журналістику залежить від технічних можливостей, фінансування та дотримання етичних стандартів, особливо під час кризових ситуацій або війни [8]. Райтерка студії онлайн-освіти EdEra, Гузь А., підкреслює, що в українських медіа активно застосовуються різні форми гейміфікаційного контенту, зокрема тести, відеотести, ігри, імерсивні ігри, гейміфікована статистика, конкурси, кастинги та GIF-зображення [35]. Тести та відеотести використовуються для оцінювання знань або особистих уподобань користувачів, створюючи інтерактивний досвід і заохочуючи до участі. Імерсивні ігри надають можливість «переживати» події у віртуальному середовищі, що підсилює емоційне сприйняття інформації. Гейміфікована статистика допомагає робити складні дані більш зрозумілими та доступними для широкої аудиторії, тоді як конкурси та кастинги стимулюють активну участь користувачів і сприяють формуванню спільноти навколо теми чи бренду. Використання GIF-зображень додає динаміки та візуальної привабливості контенту, роблячи його більш захопливим.

Завдяки таким формам гейміфікації українські медіа активно інтерактивізують свій контент, що підвищує залученість аудиторії та покращує сприйняття інформації. Однією з основних переваг є здатність підвищувати рівень взаємодії користувачів із платформою, роблячи споживання контенту більш цікавим і інтерактивним. Ігрові елементи стимулюють користувачів



залишати коментарі, ділитися матеріалами та брати участь в опитуваннях, що формує спільноту навколо медіаплатформи і підвищує лояльність аудиторії. Крім того, завдяки інтерактивності та наочності гейміфікація полегшує засвоєння складної інформації та сприяє підвищенню обізнаності щодо соціально важливих тем [56].

Проте, гейміфікація має й певні недоліки. Однією з головних проблем є ризик зниження якості контенту, оскільки надмірна увага до ігрових елементів може призвести до поверхневого сприйняття матеріалів, що потребують глибшого аналізу. Якщо головною метою стає розважальний ефект, важлива інформація може бути втрачена або недооцінена. Крім того, існує ймовірність виникнення залежності у користувачів, коли прагнення отримати винагороду стає важливішим за сам зміст. Це створює ілюзію задоволення від участі без реального усвідомлення цінності інформації. Не всі аудиторії відкриті до ігрових елементів, що може призвести до відчуження частини користувачів, які віддають перевагу традиційним формам споживання медіа [38].

Важливо підкреслити, що гейміфікація – це застосування ігрових практик та механізмів у неігрових контекстах з метою залучення користувача, стимулювання його дій та формування позитивного досвіду взаємодії. Ефективність цього процесу залежить від розуміння психологічних аспектів людської поведінки, внутрішніх стимулів та природних бажань людини, таких як прагнення до досягнення, визнання, конкуренції, здатності долати перешкоди та отримувати бонуси або статуси. Емоційні компоненти, зокрема азарт і бажання винагороди, відіграють важливу роль у формуванні позитивної реакції користувачів на ігрові елементи [21].



У сучасних медіа гейміфікація стає ключовим інструментом для організації інтерактивної взаємодії з аудиторією. Вона широко застосовується через проведення тестів, вікторин та опитувань, що дозволяє користувачам миттєво взаємодіяти з контентом та отримувати зворотний зв'язок. Популярність таких ігор пояснюється давньою потребою людини зрозуміти себе та порівняти свої досягнення з іншими, що у сучасному середовищі соціальних мереж набуває особливого значення. Онлайн-тести дозволяють миттєво ділитися результатами з друзями, що стимулює соціальну взаємодію та самооцінку. Гра забезпечує не лише задоволення, а й відчуття зв'язку з іншими, порівняння досягнень і отримання миттєвого зворотного зв'язку, що важливо у цифровій комунікації [50].

Отже, гейміфікація є процесом інтеграції елементів ігрового дизайну та механізмів у неігрові контексти з метою підвищення залученості користувачів, мотивації та покращення їхнього досвіду взаємодії. Вона широко застосовується в освіті, бізнесі, охороні здоров'я, маркетингу та медіа для стимулювання активності та створення позитивних емоцій у користувачів. Основними елементами гейміфікації є бали, досягнення, рівні, нагороди та змагання, які задовольняють базові психологічні потреби людини, такі як прагнення до успіху, визнання та соціальної взаємодії. Використання цих механізмів дозволяє активувати внутрішню мотивацію користувачів, спонукати їх до дій або навчання навіть у тих випадках, коли ці дії не є обов'язковими або природньо приємними. Наприклад, у освітніх програмах гейміфікація сприяє ефективнішому засвоєнню матеріалу завдяки інтерактивним елементам, таким як вікторини та навчальні ігри.



Популярність ігор серед користувачів пояснюється їхньою простотою у використанні та здатністю викликати емоції. Вони часто використовують штучно створену напругу і часові обмеження, що стимулює активну участь та змагання за кращий результат. Це особливо важливо у новинному контенті, де здатність швидко реагувати на зміни критично важлива. Ігри також можуть ставати вірусними, спонукаючи користувачів повторно залучатися, покращувати свої результати та ділитися інформацією у соціальних мережах, що підвищує видимість і популярність контенту. Таким чином, інтеграція ігрових механізмів у новинні продукти не лише розширює межі традиційної журналістики, а й створює більш динамічний медіапростір, де читачі стають активними учасниками інформаційного процесу.

2.2. Сучасні тенденції інфотейнменту в українських онлайн-медіа

У сучасному світі інформація стала невід'ємною частиною повсякденного життя, проте здатність людей ефективно сприймати й обробляти великі обсяги даних значно знизилася через інформаційне перевантаження. Це створює потребу у нових підходах до подання інформації, які були б одночасно інформативними та легкими для сприйняття.

Інфотейнмент поєднує інформацію з розважальними елементами, роблячи подачу контенту більш привабливою та емоційно насиченою. Цей підхід відповідає сучасним культурним тенденціям, орієнтованим на яскраві та динамічні формати, і дозволяє привернути увагу аудиторії, водночас передаючи корисну інформацію [10]. В українському телебаченні інфотейнмент уже активно застосовується. Наприклад, новинна програма «Вікна-



новини» на каналі «СТБ» подає актуальні теми у доступному та цікавому форматі, а ранкові шоу, такі як «Ранок з Україною» (канал «Україна») та «Прокинься з Ектором» (канал «СТБ»), поєднують інформування і розваги, створюючи легкий та динамічний контент для глядачів ранкового прайм-тайму. Такий гібридний підхід дозволяє телебаченню задовольняти природну потребу людини у розвагах, водночас надаючи їй корисну інформацію, на відміну від програм, які орієнтовані виключно на розваги.

У контексті українських онлайн-медіа розвиток інфотейнменту тісно пов'язаний із гейміфікацією та адаптацією журналістики до сучасних технологічних викликів. Завдяки новим платформам і інтерактивним інструментам журналісти інтегрують ігрові елементи у новинний та освітній контент, що дозволяє не лише залучити аудиторію, а й підвищити її активність у споживанні інформації.

Цей підхід сприяє формуванню інтерактивних форматів, що роблять інформацію більш доступною та зрозумілою для аудиторії. Гейміфікація в українській журналістиці стає важливим інструментом трансформації медіа, надаючи нові можливості для розвитку та адаптації у цифровому середовищі.

Інфотейнмент поєднує інформацію з розважальними елементами, дозволяючи подавати новини через яскраві та іноді видовищні формати. У медіаконтексті цей підхід зародився у США у 1980-х роках і поступово поширився у світі, включно з Україною. Американський письменник Н. Постман у книзі «Amusing Ourselves to Death» підкреслював, що через інфотейнмент телебачення й інші ЗМІ подають серйозні теми у розважальному ключі, що знижує критичне осмислення інформації аудиторією. Сьогодні інфотейнмент активно формує цифровий новинний контент,



орієнтуючись на максимальне охоплення аудиторії та утримання її уваги.

Дослідження психології споживання показують, що інфотейнмент формує емоційні зв'язки з аудиторією, створюючи позитивні асоціації та покращуючи запам'ятовування інформації. Це робить інфотейнмент ефективним інструментом у навчанні та рекламі [4]. Науковиця А. Чепорнюк визначає інфотейнмент як дифузійний жанр на перетині інформаційних та розважальних форматів, де новини подаються у розважальному стилі з оцінними стилістичними засобами [76, с. 128]. Н. Симоніна зазначає, що цей підхід виник у США у відповідь на падіння рейтингів інформаційних програм і потребу зменшити «офіціоз», збільшивши соціально-культурний контент [67, с. 32].

Через «втому від новин» та бажання уникати негативних емоцій, аудиторія надає перевагу легшим матеріалам, що поєднують серйозну аналітику та розважальні елементи. Інфотейнмент у різних формах (документальні фільми, розважальні програми, подкасти, блоги, відеоігри та комікси) дозволяє охопити широку аудиторію з різними інтересами. Експерименти медіа з інтеграцією ігрових елементів і інтерактивних функцій у новини підвищують залученість глядачів, водночас ставлячи під сумнів традиційні стандарти журналістики, оскільки акцент на розвагах інколи спрощує серйозні теми.

Інфотейнмент також впливає на формування суспільної думки, оскільки його контент може створювати стереотипи та спотворювати реальність, що викликає занепокоєння серед медіаекспертів щодо дотримання етичних норм. Водночас нові технології штучного інтелекту дозволяють персоналізувати контент і створювати автоматизовані новинні повідомлення, що сприяє



поширенню інфотейнменту та адаптації до уподобань аудиторії. Однак це підвищує ризик маніпулювання фактами і викривлення інформації, що може негативно вплинути на якість контенту та довіру до медіа. Аналітики відзначають, що залучення молодшої аудиторії можливе лише за умови інтеграції елементів, які забезпечують позитивні емоції та пом'якшують вплив негативних новин.

Журналістикознавиця І. Тонкіх наголошує, що надмірне домінування розважальних елементів негативно впливає на якість новин. Це особливо помітно на телебаченні, де контент часто набуває ознак «пожовтіння», орієнтуючись на масову аудиторію. Наприклад, концепція нового власника телеканалу «1+1» у 2008 році передбачала, що 90% новин повинні відповідати критеріям сенсаційності, що призводило до спотвореного уявлення глядачів про реальність, оскільки кількість злочинів у житті значно менша за їх висвітлення в медіа [71, с. 70].

Дослідниці О. Іванова та О. Мойсеева зазначають, що новини дедалі більше перетворюються на розважальний контент, тоді як розваги набувають форми новинних повідомлень. В інфотейнмент-журналістиці увага зосереджується на кримінальних подіях і історіях про знаменитостей, що критики іронічно називають «щасливими новинами» або «trash TV» [43]. Інститут Reuters відзначає, що дедалі більше медіа пристосовують контент під молодіжні запити, застосовуючи розважальний стиль та інтерактивні функції, наприклад можливість регулювати подачу позитивних і негативних новин, що дозволяє користувачам зменшити стрес від негативних тем.

В Україні сучасні новинні сайти, такі як «Громадське», «ТСН» або «24 канал», активно застосовують елементи інфотейнменту у



дизайні та стилістиці подачі матеріалів. Поєднання інформації з розважальними елементами підвищує емоційне залучення аудиторії та робить контент більш доступним, водночас створюючи ризик поверхневого сприйняття, коли акцент зміщується на видовищність. Попри переваги інфотейнменту, цей жанр ставить перед журналістами виклик зберегти баланс між інформацією та розвагою, адже надмірне акцентування на розважальних елементах може знижувати критичне мислення аудиторії та спотворювати розуміння змісту матеріалу [30].

Водночас інфотейнмент в Україні часто застосовується критично. Журналістка В. Нановська відзначає проекти, як-от «#@)£?£о з Майклом Щуром», що висміює політичні події та журналістські порушення, звертаючи увагу на замовні матеріали та відсутність реформ. Інший приклад проєкт «Lomakina Yesterday» та TikTok-канал Ангеліни Ломакіної, які спрямовані на викриття фейків і розвиток критичного мислення аудиторії.

Онлайніві видання, зокрема «Детектор медіа» та його проєкт «Антоніна», також активно застосовують критичний аналіз, досліджуючи журналістські матеріали, фільми та серіали, які порушують етичні стандарти. Використання інтерактивних інструментів, таких як онлайн-вікторини, опитування та візуальні меми, дозволяє не лише залучати ширшу аудиторію, а й формувати активну участь у критичному аналізі, підсилюючи медіаграмотність користувачів.

Проєкт Інституту розвитку регіональної преси «По той бік новин», започаткований у серпні 2018 року, демонструє ефективність поєднання інфотейнменту та медіаграмотності. Кампанія забезпечує фактчекінг і аналіз фейкових новин, водночас подаючи матеріали у легкій та доступній формі, що привертає увагу



аудиторії. Завдяки інтеграції розважальних елементів з серйозним змістом, проєкт підвищує критичне мислення та медіаграмотність користувачів, одночасно утримуючи їхню зацікавленість.

Слоган кампанії «Я не вірю на слово» відображає ключову мету інфотейнменту – стимулювати аудиторію критично оцінювати інформацію та перевіряти її самостійно. Проєкт «По той бік новин» застосовує різноманітні інтерактивні формати, включно з візуальними матеріалами, відео та соціальними мережами, де поряд із фактами й аналізом фейкових повідомлень використовуються елементи, що роблять контент більш доступним і привабливим для користувачів. У цьому випадку інфотейнмент виступає інструментом зміцнення зв'язку з аудиторією, яка не завжди потребує традиційних новин або аналітики. Легка форма подачі дозволяє донести важливу інформацію про фейки та маніпуляції до ширшого кола людей, включно з тими, хто має менший рівень медіаграмотності. Кампанія інтегрує принципи критичного мислення, акцентуючи на перевірці джерел, аналізі інформації та уникненні маніпуляцій, що відповідає духу інфотейнменту: освітній компонент поєднується з привабливою формою подачі, змінюючи медіаповедінку аудиторії на краще.

Важливим аспектом є доступність і захист користувачів в інтернеті. Центр демократії та верховенства права відзначає, що економічні труднощі, наслідки воєнних дій, кібератаки та цензура на тимчасово окупованих територіях суттєво обмежують вільний доступ до інформації в Україні, що підвищує ризик потрапляння під вплив пропаганди, зокрема через інфотейнмент [11, с. 11].

Отже, інфотейнмент (від англ. information – інформація та entertainment – розваги) є форматом подачі інформації, який поєднує інформування з елементами розваг. Його мета донести



складні новини чи серйозні теми у легкій, доступній формі, що підвищує увагу та зберігає інтерес аудиторії. Цей підхід активно використовується у журналістиці для залучення широкої аудиторії та привернення уваги до важливих суспільних або політичних питань.

Популярність інфотейнменту зростає у світі, особливо на платформах із молодією аудиторією, таких як TikTok та YouTube, які орієнтуються на короткі динамічні відеоформати. В Україні інфотейнмент набув особливого значення, концентруючись на критиці політики, суспільства та медіа через розважальні формати. Гумор і сатира стали ключовими інструментами передачі інформації, що поєднують освітні та розважальні цілі.

Едьютейнмент набуває особливого значення у сфері освіти, де його потенціал розкривається найповніше. Він дозволяє ефективно залучати увагу учнів, забезпечує гнучкість навчання, робить освітні ресурси більш доступними та сприяє розвитку критичного мислення. Завдяки інтеграції ігрових елементів та мультимедійних матеріалів едьютейнмент робить процес навчання привабливим і цікавим, дозволяючи учням опановувати матеріал у зручному темпі та обирати теми відповідно до власних інтересів [21]. Багато платформ пропонують безплатний доступ або відносно невисоку вартість ресурсів, що робить освіту більш доступною для широкого кола користувачів. Інтерактивні завдання сприяють розвитку навичок розв'язання проблем і критичного мислення, що підвищує ефективність навчання.

Водночас застосування едьютейнменту має певні недоліки. Серед них ризик втрати концентрації, нерівний доступ до технологій і поверхневе засвоєння матеріалу. Розважальні елементи іноді відволікають учнів, знижуючи ефективність навчання. Не всі



користувачі мають рівний доступ до необхідних технологій, що створює бар'єри для навчання. Окрім того, існує ризик часткового засвоєння матеріалу, коли учні не занурюються в суть теми, що може негативно впливати на розуміння навчального контенту [41, с. 23].

Італійські науковці Ф. Колаче, М. де Санто, А. П'єтросанто та А. Трояно визначають едьютейнмент як форму розваг, спрямовану на досягнення освітніх цілей. Вони підкреслюють, що цей підхід інтегрує різні типи розважальних медіа, зокрема мультимедійне програмне забезпечення, вебсайти, музику, фільми, відео, комп'ютерні ігри та телевізійні програми, щоб сприяти отриманню знань через задоволення та розвагу. Основна мета едьютейнменту, за словами К. Вельтмана, полягає у підвищенні інтересу та залученості аудиторії до навчального процесу. Розважальний компонент не є самодостатньою ціллю, а виступає інструментом для привернення уваги та спрощення сприйняття складної інформації, що робить освітній контент більш доступним і привабливим для широкої аудиторії.

Едьютейнмент охоплює широкий спектр форматів, від інтерактивних ігор і телевізійних шоу до онлайн-курсів і мобільних застосунків. Хоча цей підхід виник у 1960-х роках, він набув популярності у XXI столітті завдяки розвитку інтернет-технологій. Так, платформи на кшталт Khan Academy та Coursera пропонують безоплатні або доступні ресурси у форматі відео та інтерактивних уроків.

Серед основних форматів едьютейнменту можна виділити інтерактивні навчальні ігри, що використовуються для викладання різних предметів і включають елементи гейміфікації для підвищення зацікавленості учнів; освітні відео та мультимедійні матеріали, які охоплюють теми від наукових досліджень до



культурних аспектів; соціальні мережі та блоги, що дозволяють створювати спільноти для обміну інформацією та досвідом; а також онлайн-курси на платформах, таких як Prometheus та EdEra, що поєднують лекції, тести та обговорення [82, с. 15-16].

Медіазнавиця Н. Зражевська розглядає едьютейнмент у журналістському контексті як поєднання освітньої та науково-пізнавальної інформації з елементами науково-розважальних технологій. Це передбачає адаптацію знань з природничих і гуманітарних дисциплін для масової аудиторії з одночасним забезпеченням інформаційного задоволення. Хоча жанр традиційно асоціюється з дитячими освітніми програмами, художньою літературою та кіно, у сучасній журналістиці його актуальність зростає. Сьогодні інформаційний контент за принципом «освіта плюс розвага» активно застосовується для залучення широкої аудиторії та спрощення сприйняття складних тем [42, с. 211].

Дослідниця П. Катеринич зазначає, що українські спеціалізовані медіа широко впроваджують технології едьютейнменту для поширення освітніх матеріалів. Прикладом є освітній проєкт «Освіторія» з курсом «Бери й роби» [4], який надає вчителям доступ до лекцій та навчальних матеріалів для дистанційного навчання. Платформа пропонує сучасні методики організації освітнього процесу в умовах віддаленої роботи, виконуючи роль не лише інформаційного ресурсу, але й повноцінної навчальної платформи. Це сприяє гейміфікації навчального процесу та підвищенню взаємодії між учителями й учнями [45, с. 33].

Ми пропонуємо визначати едьютейнмент у журналістиці як використання розважальних форматів і методів для передачі



освітньої інформації. До таких методів належать відео, подкасти, інфографіки, інтерактивні статті та платформи, які заохочують користувачів до активного навчання. Наприклад, новинні агенції можуть створювати анімаційні ролики або серії відео, які пояснюють складні теми, як-от зміна клімату або політичні процеси, у доступній формі.

Едьютейнмент у журналістиці є ефективним інструментом для залучення аудиторії до складних соціальних, політичних і економічних питань. Прикладами успішного використання цього підходу є платформи «Vox», «NowMedia Network» та «The New York Times», які інтегрують розважальні елементи в освітні матеріали. «Vox», зокрема, створює відео та графічні матеріали, що пояснюють новини та складні питання зрозумілою мовою. Використання анімацій та візуалізацій дозволяє робити теми, такі як зміна клімату, економічна політика чи соціальна нерівність, доступними для широкої аудиторії, допомагаючи глядачам не лише отримати факти, а й глибше зрозуміти контекст, що сприяє формуванню обізнаної громадської думки.

«NowMedia Network» є ще одним показовим прикладом ефективного застосування едьютейнменту в журналістиці. Цей цифровий новинний сервіс орієнтований на поширення коротких відеоматеріалів через соціальні мережі, поєднуючи подачу новин із розважальними елементами. Такий підхід особливо приваблює молодшу аудиторію, яка активно споживає візуальний контент. Платформа створює динамічні та швидкі відео, щоб привернути увагу до важливих тем, таких як соціальні зміни, питання расової справедливості або екологічні проблеми. Завдяки коротким форматам та активній присутності у соцмережах «NowMedia Network» успішно досягає поєднання інформативності та



розважальної складової, роблячи важливу інформацію доступною і привабливою.

«The New York Times» також активно інтегрує елементи едьютейнменту у свою діяльність. Відоме видання використовує інтерактивні статті, ігри та інші мультимедійні формати, що дозволяють читачам глибше розуміти складні теми, такі як політичні вибори, зміни в законодавстві чи соціальні рухи. Інтерактивні інструменти дають можливість користувачам активно взаємодіяти з контентом, а не сприймати його пасивно. Завдяки цьому «The New York Times» не лише інформує аудиторію, а й сприяє розвитку критичного мислення, допомагаючи читачам аналізувати та оцінювати інформацію у ширшому контексті.

Узагальнюючи, можна зазначити, що платформи «Vox», «NowMedia Network» та «The New York Times» демонструють ефективне застосування едьютейнменту в журналістиці. Такий підхід дозволяє не лише підвищувати залученість аудиторії, а й робити складні соціальні та політичні питання більш зрозумілими для широкого кола читачів, сприяючи формуванню обізнаної та активної громадськості, здатної адекватно реагувати на сучасні виклики.

В Україні приклади успішного впровадження едьютейнменту спостерігаються на платформах «Куншт» та «Nauka.ua», які спеціалізуються на популяризації науки. «Куншт» пропонує інтерактивні та мультимедійні матеріали з різних галузей – від фізики та медицини до соціальних наук, поєднуючи текст, візуалізації, подкасти та публічні заходи для прямої взаємодії з аудиторією. Такий підхід сприяє гейміфікації навчального процесу, адже читачі активно взаємодіють із контентом, а не лише пасивно споживають інформацію.



«Nauka.ua» створює матеріали, які роблять складні наукові теми зрозумілими для широкої аудиторії, поєднуючи текст із інтерактивними елементами – відео, графіками, тестами для перевірки знань. Це формує гейміфікований навчальний досвід, стимулюючи користувачів до глибшого засвоєння інформації та активної взаємодії з контентом.

Таким чином, «Куншт» та «Nauka.ua» є прикладами успішного впровадження едьютейнменту в українських медіа, де розважальний компонент використовується для полегшення сприйняття складних тем, поглиблення знань і залучення аудиторії до навчання. Цей формат дозволяє ефективно долати бар'єри у сприйнятті складної інформації, що особливо актуально в умовах швидких змін та насиченого інформаційного потоку.

Отже, едьютейнмент відіграє важливу роль у подоланні розриву між складністю навчальних матеріалів і рівнем підготовки аудиторії. Використання цього підходу дозволяє знижувати бар'єри для сприйняття складної інформації завдяки інтерактивним інструментам, перетворюючи навчання на захопливий і доступний процес. Особливо ефективний едьютейнмент для молодих поколінь, які виросли у цифровому середовищі, де взаємодія з контентом є природною складовою споживання інформації. У цьому контексті гейміфікація виступає невіддільною частиною освітніх платформ та навчальних процесів.

Ефективність едьютейнменту значною мірою зумовлена застосуванням сучасних ігрових технологій, що відкривають нові можливості для навчання. Наприклад, віртуальна та доповнена реальність дозволяють створювати імерсивні досвіди, які підвищують зацікавленість і надають практичний досвід у безпечному середовищі. Це особливо актуально в галузях, де



теоретичні знання необхідно поєднувати з практичними навичками, таких як медицина, інженерія чи природничі науки.

Серед ключових переваг едьютейнменту є можливість персоналізації навчального процесу. Аудиторія може обирати матеріали відповідно до власних інтересів та засвоювати знання у зручному темпі, що враховує різні стилі сприйняття інформації. Інтерактивні формати сприяють також розвитку соціальних навичок: командна робота, обмін ідеями та зворотний зв'язок від інших користувачів допомагають краще засвоювати матеріал і розвивати комунікаційні здібності.

Розважальні елементи та гумор, характерні для сучасної медіапарадигми, виконують роль стратегічних засобів залучення уваги аудиторії. Вони активно застосовуються у науково-освітніх програмах, гумористичних передачах та медіа, що поєднують навчання і розвагу. Окрім залучення аудиторії, ці елементи виконують роль «м'якого контролю», стимулюючи економічну активність та формуючи нові комунікаційні практики, що інтегрують освітні та розважальні цілі.

Едьютейнмент здатен підвищувати рівень освіченості та медіаграмотності, одночасно розширюючи способи сприйняття та передачі інформації в цифровому світі. Його потенціал охоплює як освітлення актуальних тем, так і формування критичного мислення, що є важливим у сучасному інформаційному середовищі.

Проте, для створення якісного едьютейнмент-контенту журналісти повинні володіти експертністю не лише у предметі, а й у вмінні трансформувати складну інформацію в доступні та цікаві формати. Вони повинні поєднувати аналітичні навички з креативним підходом до подачі матеріалу, щоб забезпечити його ефективне сприйняття аудиторією, особливо в умовах



інформаційного перевантаження, коли читачі часто не мають часу чи бажання заглиблюватися у деталі.

2.3. Міжнародний та український досвід протидії дезінформації

Боротьба з дезінформацією сьогодні є одним із ключових викликів для глобального суспільства, зокрема в умовах збройних і геополітичних конфліктів, таких як війна Росії проти України. Вітчизняний медіапростір опинився в епіцентрі інформаційного протистояння, де поширення неправдивої інформації стало інструментом маніпулювання масовою свідомістю, розпалювання внутрішніх протиріч, дискредитації української влади та сил оборони. На глобальному рівні дезінформація також має серйозний вплив, формуючи політичні настрої, впливаючи на громадську думку та міжнародні відносини. У цьому розділі розглянуто особливості боротьби з дезінформацією, провідні інституції, що працюють у цій сфері, та ключові методи протидії.

Дезінформація – це свідоме поширення неправдивих або спотворених відомостей, метою якого є маніпуляція громадською думкою, підрив довіри до державних структур та створення суспільної нестабільності [24, с. 49]. У контексті війни проти України Росія активно використовує дезінформаційні технології для розколу українського суспільства, дискредитації збройних сил та зниження рівня підтримки України на міжнародній арені.

На світовому рівні дезінформація також становить серйозну загрозу, зокрема здатна впливати на результати виборів, змінювати ставлення громадськості до інших країн, сприяти легітимації або



делегітимації політичних режимів. Тому журналісти повинні особливо ретельно дотримуватись професійних стандартів у періоди кризи, війни та інформаційного протистояння [77, с. 171].

Ефективна протидія дезінформації вимагає комплексного підходу, що передбачає взаємодію між державними структурами, медіа та громадянським суспільством. Одним із дієвих інструментів є фактчекінг – перевірка достовірності інформації. В Україні активно працюють платформи, які спеціалізуються на цьому напрямі: *StopFake*, *VoxCheck*, *По той бік новин* тощо. Їх діяльність зосереджена на виявленні фейків, перевірці заяв політиків, аналізі медіаматеріалів, фото та відео. Окремий приклад – проєкт *По той бік путінської брехні*, який спростовує маніпулятивні твердження президента РФ щодо історії та ідентичності України [63].

На міжнародному рівні верифікацією займаються такі ресурси, як *Politifact*, *FactCheck.org*, *Snopes*, які співпрацюють із провідними медіа і соціальними платформами для протидії фейкам [2]. Частиною їхньої діяльності є також просвітництво у сфері медіаграмотності, поширення освітніх матеріалів і порад для користувачів. Важливу роль відіграє Міжнародна мережа фактчекерів (IFCN), яка розробила кодекс принципів і об'єднує перевірені проєкти по всьому світу.

Як зазначає Сергій Пархоменко, інформаційне середовище сьогодні характеризується великою швидкістю поширення повідомлень та численними каналами комунікації, що створює благодатний ґрунт для маніпуляцій і «інформаційних війн». Такі війни ведуться як на державному, так і на міжгруповому чи навіть персональному рівнях. У хід ідуть медіа, соціальні мережі та онлайн-платформи, які часто викривлюють реальність. Фактчек, за словами експерта, став глобальним інструментом протидії дезінформації,



представлений уже в понад 60 країнах. В Україні цей метод активно використовують *StopFake*, *VoxCheck* і *FactCheck* – ресурси, які не лише спростовують фейки, а й формують культуру критичного мислення.

Проблеми перевірки інформації також опрацьовують українські громадські організації: *Детектор медіа*, *Інститут масової інформації*, *Український кризовий медіацентр*, *Інтерньюз Україна*. Додатково, з 2021 року в країні діє Центр протидії дезінформації, створений при РНБО України [75]. Його завданням є моніторинг інформаційного простору, виявлення загроз національній безпеці, боротьба з ворожою пропагандою та запобігання спробам маніпуляції громадською свідомістю.

Ще одним державним органом, який долучений до інформаційної безпеки, є Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, який працює при Міністерстві культури та інформаційної політики України. Основні напрями його діяльності – протидія зовнішньому впливу, координація дій державних інституцій і громадських ініціатив, оперативне реагування на інформаційні атаки, а також популяризація українських наративів.

На сьогодні фактчекінг посідає важливе місце в сучасній журналістиці, особливо у зв'язку зі зростанням інформаційних загроз. Його формування як самостійного напрямку почалося у 2003 році, однак з 2016 року спостерігається значне посилення його ролі в розслідувальній журналістиці. Згідно з даними американської дослідницької лабораторії *Duke Reporters' Lab*, нині у світі функціонує понад 120 фактчекінгових організацій у більш ніж 40 країнах [34].

В українському медіапросторі фактчекінг швидко здобув популярність як відповідь на зростання антиукраїнської



пропаганди. Він став інструментом протидії фейковим наративам та дезінформаційним кампаніям, що мають на меті посіяти розкол у суспільстві.

Першим в Україні фактчек-проєктом був портал «Слово і діло», створений у 2008 році. Його основне завдання – моніторинг виконання обіцянок політиків та аналіз їхньої відповідності реальним діям. Після початку російської агресії у 2014 році з'явився ресурс StopFake, орієнтований на викриття російських дезінформаційних кампаній. Згодом до числа провідних платформ долучилися VoxCheck та FactCheck (з 2018 року відомий як *БезБрехні*). У регіонах також реалізуються ініціативи, як-от проєкт «Брехунець», що діє у Волинській та Рівненській областях і зосереджений на боротьбі з фейками.

За результатами дослідження USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», 36% респондентів зазначили, що знайомі з сервісами для перевірки достовірності інформації. Найбільшу впізнаваність мають проєкти StopFake (18%) та Детектор медіа (14%) [37].

Фактчекінг у сучасній журналістиці часто зосереджений на перевірці висловлювань політиків і публічних осіб [60]. Як зазначає Олександр Гороховський, головний редактор *FactCheck-Ukraine*, цей інструмент дозволяє ефективно викривати політичні маніпуляції та спекуляції, при цьому базується на відкритих джерелах, що знижує ризик звинувачень у заангажованості.

Низка фактчек-проєктів створюється на базі університетських структур, зокрема факультетів журналістики. Наприклад, у Чехії студенти Університету Масарика заснували *Demagog.cz* (2012), у США, в Університеті Вісконсин-Медісон у 2016 році виник проєкт *The Fact Checks*, у Німеччині студенти Кельнської школи



журналістики ініціювали *Faktenzoom*, що перевіряє політичні заяви у телеефірах.

Окрім цього, медіаорганізації також створюють власні фактчек-ресурси. Наприклад, шведське видання Metro реалізувало проєкт *Viralgranskaren*, який бореться з фейками в інтернеті та популяризує перевірену інформацію.

Аналіз діяльності таких ініціатив демонструє їх здатність реалізовувати стратегічні завдання у сфері інформаційної безпеки, зокрема: охоплення різних цільових груп; роботу з регіональними медіа та створення місцевих мереж фактчекерів; моніторинг внутрішньополітичного дискурсу на наявність ворожих меседжів; аналіз російськомовного інформаційного простору; співпрацю з іноземною аудиторією; проведення заходів з медіаграмотності.

Соціальні мережі відіграють значну роль у поширенні дезінформації, тому контроль за фейковим контентом у цифровому просторі є пріоритетом [85, с. 3]. Такі платформи, як Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, уже реалізують політики з маркування неправдивих повідомлень, обмеження їх розповсюдження та блокування акаунтів, які системно поширюють дезінформацію. Вони також співпрацюють із фактчек-організаціями для оперативної перевірки сумнівних матеріалів.

Українські фактчекінгові структури активно долучаються до цієї взаємодії, забезпечуючи швидке реагування на фейки в національному інформаційному середовищі. Окрім цього, Україна підтримує міжнародне партнерство, спрямоване на створення спільних ініціатив проти дезінформації у соцмережах.

Сучасні технології, включно з алгоритмами штучного інтелекту, також дедалі частіше використовуються для виявлення фейкової інформації. Завдяки машинному навчанню можливе



автоматичне виявлення недостовірних текстів, зображень і відео, що дозволяє реагувати на загрози ще на ранніх етапах їх поширення.

В Україні протидія дезінформації реалізується не лише на рівні державних інституцій, а й завдяки тісній співпраці з громадянським суспільством та представниками медіа. Такий підхід є необхідним, адже дезінформація – це складне багатовимірне явище, яке вимагає комплексної реакції з залученням різних секторів. Особливу роль у цьому процесі відіграють громадські ініціативи, що займаються популяризацією медіаграмотності серед населення. Через організацію тренінгів, семінарів, публічних обговорень вони формують культуру критичного мислення, навчають розпізнавати маніпулятивні повідомлення та фейкові новини. Одним із прикладів таких проєктів є «Медіакритика», основна мета якого – допомогти громадянам навчитися аналізувати інформацію, виявляти ознаки фейків і не потрапляти в пастку пропаганди.

На міжнародному рівні також спостерігається активна взаємодія у сфері боротьби з дезінформацією. Зокрема, Європейський Союз створив East StratCom Task Force – спеціалізовану команду, яка моніторить російські інформаційні впливи на країни Східної Європи. Ця структура працює над виявленням і протидією дезінформаційним кампаніям, поширює аналітику щодо ворожих наративів і сприяє міждержавному обміну інформацією для забезпечення скоординованої відповіді на нові виклики.

Не є новиною той факт, що Російська Федерація вже тривалий час систематично використовує засоби пропаганди як інструмент впливу на українське суспільство. Завдяки професійно побудованій інформаційній машині Росія намагається розхитати внутрішню



стабільність, викликати недовіру до влади, Збройних Сил України та міжнародних партнерів. Саме тому інформаційна гігієна стала частиною національної безпеки. Як свідчить досвід, звичайні користувачі мережі також можуть протистояти фейкам, застосовуючи доступні та дієві методи перевірки інформації [87].

Практики пропонують низку рекомендацій, які допомагають викривати дезінформацію на побутовому рівні. Розглянемо їх детальніше.

Критичне мислення та стриманість у судженнях. Важливо аналізувати інформацію без зайвих емоцій, особливо коли йдеться про резонансні події. Якщо повідомлення відстоює лише одну точку зору, агресивно нав'язує позицію без аргументів, – це може бути фейк [15]. Якщо в публікації згадується джерело, необхідно перевірити, чи справді на сайті чи платформі воно доступне і відповідає вказаному змісту [66]. Це стосується також цитат або статистичних даних – вони часто можуть бути вирвані з контексту або перекручені [27, с. 67]. Оцінка мовного стилю. Уникнення емоційно забарвлених фраз, гучних заголовків і згадок про «інсайдерську інформацію», яка не підтверджена доказами, є важливою частиною захисту від маніпуляцій.

Пошук альтернативних джерел. Перевірка новини через Google News, офіційні урядові сайти або міжнародні організації дозволяє зменшити ризик бути введеним в оману. Порівняння кількох незалежних повідомлень – дієвий інструмент оцінки достовірності. Якщо заголовок виглядає надто сенсаційно або абсурдно – велика ймовірність, що це клікбейт, тобто приманка, яка не відповідає змісту. Завжди потрібно читати повний текст, звертаючи увагу на наявність фактів, коментарів експертів, посилань на першоджерела.



Перевірка зображень. Фото або відео можуть бути вирвані з контексту або взагалі не стосуватися події, про яку йдеться в матеріалі. Функція зворотного пошуку зображень допоможе з'ясувати джерело і час публікації контенту [27, с. 62]. Мовні помилки. Велику кількість граматичних, синтаксичних або стилістичних неточностей можна розглядати як ознаку автоматичного перекладу чи недобросовісного створення контенту, що характерно для багатьох фейкових матеріалів.

Платформа Internews Україна у своєму освітньому контенті наводить також низку контрольних запитань, які можуть стати в пригоді кожному користувачеві для перевірки новини: Чи представлено кілька поглядів на ситуацію? Чи викликає матеріал сильні емоції (страх, обурення, тривогу)? Чи є посилання на достовірні джерела? Чи вказано ім'я автора та видання? Чи містить новина відповіді на базові журналістські питання: що? де? коли? хто? як? чому?.

Фактчекери в Україні та за кордоном у своїй роботі орієнтуються виключно на офіційні та перевірені джерела. Це можуть бути як національні державні інституції, так і міжнародні організації. Серед базових українських джерел найчастіше використовуються Державна служба статистики України, Міністерство фінансів, Державна казначейська служба, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів, Національний банк України.

На міжнародному рівні для перевірки економічних або соціальних тверджень застосовуються ресурси Міжнародного валютного фонду, Світового банку та інших визнаних структур. Дані з цих джерел слугують надійною основою для об'єктивної оцінки заяв політиків, медіа чи публічних осіб.



У виданні «Посібник з перевірки» (Verification Handbook), підготовленому за ініціативи Європейського центру журналістики, провідні фахівці медіасфери – журналісти, редактори, аналітики – пропонують ефективні підходи до перевірки достовірності інформації. Цей посібник містить добірку практичних інструментів, які можна використовувати для верифікації текстових матеріалів, фото- та відеоконтенту, а також для аналізу джерел походження інформації, перевірки особистостей, які поширюють ці дані, та оцінки профілів у соціальних мережах. Такі рекомендації спрямовані на підвищення точності й надійності журналістських розслідувань і публікацій, особливо в умовах інфляції фейків та дезінформації [62].

Одним із ключових напрямів у боротьбі з фейками сьогодні визнано розвиток медіаграмотності серед населення. Цей процес дозволяє громадянам більш впевнено орієнтуватися у великому потоці інформації, самостійно аналізувати контент, відрізняти достовірні повідомлення від маніпулятивних і критично ставитися до інформаційних джерел [54, с. 13]. В Україні популяризація медіаосвіти реалізується через впровадження спеціальних навчальних програм у школах та університетах, запуск онлайн-курсів, організацію громадських кампаній та тренінгів. Значну роль у цьому напрямі відіграють такі ініціативи, як проєкти Інституту масової інформації (ІМІ) та Академії української преси (АУП). Вони акцентують увагу не лише на теоретичних засадах критичного мислення, а й на практичному застосуванні знань у щоденному інформаційному середовищі.

На глобальному рівні питання медіаграмотності також перебуває в центрі уваги. Наприклад, UNESCO просуває ідею включення медіаосвіти до навчальних планів шкіл, наголошуючи



на її важливості для виховання свідомих громадян. Водночас міжнародна мережа фактчекінгу (International Fact-Checking Network, IFCN) розробляє єдині стандарти перевірки фактів, формує професійне середовище для обміну досвідом між фактчекерами у різних країнах і проводить сертифікацію організацій, що працюють у цій сфері.

Попри вже досягнуті успіхи, виклики в боротьбі з дезінформацією залишаються значними. Однією з найбільш гострих проблем є швидке проникнення неправдивого контенту в соціальні мережі та месенджери, де ефективний контроль ускладнюється технічними та правовими обмеженнями. Крім того, дискусії довкола приватності та свободи слова часто стримують можливість своєчасного блокування чи видалення дезінформаційних матеріалів. У ряді країн також спостерігається відсутність достатнього законодавчого регулювання, що унеможлиблює притягнення до відповідальності осіб або організацій, які системно поширюють фейки.

Таким чином, ефективна протидія дезінформації є багаторівневим і довготривалим процесом, до якого мають бути залучені різні учасники: державні інституції, журналісти, громадські активісти, освітяни, міжнародні партнери. Особливе місце в цьому процесі займають інструменти фактчекінгу, взаємодія з технологічними платформами (зокрема соціальними мережами), використання інноваційних технологій, включаючи автоматизовані системи виявлення фейків, а також масове підвищення медіаграмотності населення.

У випадку України вже можна говорити про певні досягнення у сфері інформаційного захисту. Важливу роль у цьому відіграє налагоджена взаємодія між державними структурами та



громадянським суспільством, а також активна підтримка з боку міжнародних партнерів. Проте сучасні умови інформаційної війни потребують подальшого посилення зусиль, зокрема шляхом оновлення законодавства, що дозволить ефективніше реагувати на інформаційні загрози та притягувати до відповідальності ініціаторів дезінформаційних кампаній.

2.4. Значення фактчекінгу для інформаційної безпеки в умовах гібридної війни

У сучасному світі, де глобалізація та цифрові технології розвиваються з небаченою швидкістю, питання інформаційної безпеки набуває особливої ваги для забезпечення національної стабільності. Однією з найсерйозніших загроз є поширення дезінформації через різноманітні медіаплатформи та соціальні мережі. Такі викривлені повідомлення не лише змінюють сприйняття реальності, але й можуть суттєво впливати на суспільну думку та викликати дестабілізацію, особливо в умовах гібридної війни, де інформаційний тиск використовується як інструмент маніпуляції.

У відповідь на ці виклики важливу роль відіграє фактчекінг – процес перевірки інформації, що є складовою етичної журналістики та відповідального громадянства. Глибоке оволодіння методами фактчекінгу сприяє формуванню ефективних підходів до протидії інформаційним загрозам, що особливо актуально для держав, які перебувають у зоні гібридних протистоянь.

У добу цифрових технологій та глобального інформаційного обміну, дезінформація стала серйозною загрозою для демократичного розвитку суспільств. Відтак, фактчекінг, як



інструмент перевірки правдивості даних, набуває дедалі більшого значення. Спостерігається активне зростання зацікавленості в дослідженні механізмів виявлення неправдивої інформації як серед науковців, так і серед медіапрактиків. Вітчизняні фахівці у сфері медіа, спираючись на напрацьовані зарубіжні моделі фактчекінгу, адаптують їх під українські реалії та розробляють власні методи ідентифікації маніпулятивних повідомлень.

Теоретичну базу для цього процесу формують дослідження таких авторів, як О. Гороховський, Н. Вірна, В. Шевченко та інші, які окреслюють ключові засади функціонування систем перевірки інформації [29].

Гібридна війна, як форма сучасного збройного протистояння, включає широкий арсенал засобів – від військових дій до інформаційних атак, зокрема кібератак та масової пропаганди. У такому контексті боротьба з фейками та маніпуляціями стає надзвичайно важливою складовою державної безпеки. Дезінформація може бути спрямована на підрив мобілізаційного потенціалу, зневіру громадян або дискредитацію інституцій влади.

Фактчекінг у таких умовах відіграє ключову роль у забезпеченні інформаційної достовірності й прозорості, що, у свою чергу, сприяє стабільності суспільства.

Як окремий напрям журналістики, фактчекінг сформувався у 2003 році, однак значного поширення він набув після 2016 року. Згідно з аналітичними даними організації Duke Reporters' Lab, наразі понад 121 фактчекінгова структура працює у більш ніж сорока країнах світу [29].

В Україні метод фактчекінгу швидко став популярним, особливо як засіб протидії інформаційним атакам у межах гібридної



агресії. Це ефективна техніка, що дозволяє спростовувати ворожу пропаганду та відновлювати довіру до фактів.

Фактчекінг як сучасний інструмент журналістських розслідувань здебільшого застосовується для перевірки заяв політиків і публічних осіб. О. Гороховський, редактор «FactCheck-Ukraine», наголошує на здатності фактчекінгу викривати політичні маніпуляції, зберігаючи об'єктивність завдяки опорі на відкриті джерела [29, с. 6].

Часто фактчекінгові ініціативи започатковуються в межах університетів. Так, у 2012 році студенти Університету Масарика у Брно створили проєкт «Demagog.cz», в США у 2016 році в Університеті Вісконсин-Медісон виник «The Fact Checks», а у Кельнській школі журналістики було реалізовано проєкт «Faktenzoom». Медіаорганізації також активно долучаються до цієї сфери – шведська «Metro» запустила ініціативу «Viralgranskaren», що перевіряє популярні інтернет-новини [29, с. 6].

Сучасні фактчекінгові платформи, як-от канадський «BaloneyMeter» або іспанський «La Chistera», створюються в межах провідних медіа. В Ірландії газета «The Journal.ie» запустила власний проєкт напередодні виборів 2016 року [2]. Значну роль у реалізації таких ініціатив відіграє краудфандинг, прикладом є канадський проєкт «FactsCan», що фінансувався з громадських пожертв.

В Україні помітне місце в інформаційному спротиві посідають проєкти StopFake та VoxCheck, які надають громадськості інструменти для критичної оцінки повідомлень.

Важливим гравцем українського інформаційного поля є аналітична платформа «Слово і Діло», що здійснює моніторинг обіцянок політиків. Протягом восьми років команда зібрала понад



40 тисяч заяв, фіксуючи рівень виконання обіцянок і забезпечуючи прозорість владних дій [60].

У сучасних реаліях важлива не лише швидкість поширення інформації, а й її достовірність. Саме тому організації на кшталт PolitiFact або Climate Feedback формують культуру критичного мислення в суспільстві [29, с. 16].

Ключова відмінність фактчекінгу – відмова від використання непідтверджених або інсайдерських даних. Його основу складають офіційні джерела – статистичні бази, дані урядових установ, відповіді на запити до державних органів України, міжнародних інституцій (наприклад, Держстат України, Мінфін, НБУ, МВФ, Світовий банк тощо).

У «Verification Handbook», створеному Європейським центром журналістики, представлено ефективні інструменти перевірки: від текстів до візуального контенту, акаунтів у соціальних мережах і джерел первинної інформації [100].

На сьогодні тривають роботи з автоматизації фактчекінгу – використання технологій покликане зробити цей процес швидшим, точнішим та ще доступнішим.

Таким чином, враховуючи результати проведеного дослідження, доцільно розглянути особливості структури та стилістики фактчекінгу як окремого журналістського жанру. Цей жанр є різновидом журналістського розслідування, що передбачає наявність схожих структурних компонентів: досліджуваний об'єкт, аргументовану доказову базу, посилання на авторитетні джерела, думки експертів і логічно обґрунтований висновок [4].

Змістовно фактчекінг включає кілька основних блоків:

– об'єкт перевірки – зазвичай публічна заява або, рідше, резонансна подія, яку можливо перевірити фактологічно;



– контекстуальний вступ – вступна частина, що пояснює суть ситуації, надаючи фонову інформацію для кращого розуміння подальшого аналізу;

– докази та аргументи – підтвердження, що базуються виключно на відкритих і офіційних джерелах, включаючи статистику, документи, а також експертні коментарі, що мають обґрунтовану джерельну основу;

– вердикт – підсумкове оцінювання правдивості заяви з коротким поясненням. В українській практиці, як правило, використовуються три категорії: «правда», «напівправда» та «брехня» [29, с. 9].

Фахівці з фактчекінгу дотримуються чіткої верифікаційної процедури, що включає наступні етапи:

1. Визначення матеріалу та ідентифікація тверджень, що потребують перевірки.
2. Вибір оптимального способу перевірки для досягнення максимальної точності й ефективності.
3. Аналіз інформації у відкритих авторитетних джерелах з метою підтвердження або спростування фактів.
4. Підготовка аналітичного матеріалу з обґрунтуванням обраної методики та представлення результатів перевірки.
5. Експертна оцінка коментарів із погляду достовірності джерел і точності класифікації.
6. За результатами експертного аналізу – перехресна перевірка (крос-чекінг), що дозволяє виявити логічні невідповідності або потребу в уточненнях.
7. При необхідності – залучення додаткових зовнішніх експертів.



8. Публікація результатів перевірки з посиланнями на джерела інформації та зазначенням участі експертів у процесі верифікації [39].

Застосування фактчекінгу як реакції на антиукраїнську інформаційну кампанію та масове поширення фейків у межах гібридної війни підкреслює його значущість як інструмента стратегічної комунікації. Ініціативи на зразок «StopFake» і «VoxCheck» створюють ефективні платформи для верифікації інформації, сприяючи підвищенню рівня прозорості в інформаційному просторі.

У ширшому сенсі фактчекінг виконує важливу соціальну функцію – формує культуру критичного осмислення інформації серед громадян. Такий підхід є фундаментом для розвитку обізнаного суспільства, здатного протидіяти викликам дезінформації в умовах гібридного протистояння.

Фактчекінг виступає одним із ключових інструментів у боротьбі з дезінформацією, особливо в умовах гібридних конфліктів, де інформаційне протистояння набуває ознак повноцінної війни. У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій, здатність оперативно та точно виявляти неправдиву інформацію стає критично важливою для збереження державної стабільності, громадської безпеки та соціальної згуртованості. Дезінформація як інструмент гібридної агресії має потенціал до серйозного деструктивного впливу: вона може підривати довіру громадян до державних інституцій, знижувати ефективність управлінських процесів і провокувати соціальні конфлікти.

Застосування фактчекінгу, що ґрунтується на принципах критичного мислення та системного аналізу, дає змогу виявляти і виправляти інформаційні викривлення, тим самим забезпечуючи



доступ громадськості до достовірної, перевіреної інформації. Цей механізм сприяє посиленню демократичних процесів, зміцненню правової держави та гарантуванню прав людини.

Особливу важливість фактчекінг набуває в інформаційному середовищі мас-медіа та соціальних мереж, де фейки поширюються з високою швидкістю й здатні охоплювати широкі верстви населення. Впровадження систематичного фактчекінгу на рівні державної політики може не лише виступати інструментом реагування, але й виконувати превентивну функцію – формуючи інформаційні бар'єри на шляху поширення маніпулятивного контенту.

Ефективна протидія дезінформації потребує також активної міжнародної співпраці, адже гібридні загрози мають транскордонний характер. Спільні ініціативи, обмін досвідом і координація зусиль на глобальному рівні є запорукою успішного спротиву інформаційній агресії в умовах сучасних геополітичних викликів.

2.5. Аналіз гейміфікованих практик у навчанні журналістів (зарубіжний досвід)

Гейміфікація, інтегрована в освітній процес, стає ефективним інструментом для підвищення мотивації студентів, розвитку їхніх аналітичних та практичних навичок, а також формування критичного мислення. Аналіз конкретних практик дозволяє не лише оцінити ефективність різних методів залучення аудиторії до навчання, а й визначити, які елементи ігрових механік сприяють глибшому засвоєнню теоретичного матеріалу та розвитку професійних компетенцій.



У центрі уваги цього підрозділу закордонні освітні проекти та курси, що впроваджують інтерактивні та гейміфіковані формати, а також успішні зарубіжні приклади, які демонструють інноваційні підходи до навчання журналістів у цифровому середовищі. Таке порівняння дозволяє виокремити ключові тенденції та практичні рекомендації для інтеграції гейміфікації у сучасну журналістську освіту.

Аналіз зарубіжного досвіду впровадження гейміфікаційних стратегій у навчанні журналістів є особливо важливим для дослідження сучасних освітніх практик. По-перше, швидкі зміни в медіасередовищі та розвиток цифрових технологій у журналістиці вимагають застосування інноваційних методів навчання, які забезпечують підготовку конкурентоспроможних фахівців. Гейміфікація робить навчальний процес більш динамічним і актуальним. Інтеграція ігрових елементів значно підвищує мотивацію та зацікавленість студентів, що особливо важливо при вивченні складних професійних навичок у журналістиці. Це сприяє швидшому засвоєнню матеріалу та зменшує рівень відволікання.

Багато гейміфікаційних підходів передбачають практичні та інтерактивні завдання, що дозволяє студентам набувати реальний досвід і формувати компетенції, необхідні для роботи у сучасних медіа. Елементи змагання та співпраці, які часто використовуються у гейміфікаційних стратегіях, сприяють розвитку командних навичок і соціальної взаємодії, що є важливими для професійної діяльності журналістів. Гейміфікація дозволяє студентам навчатися у власному темпі, що особливо актуально в умовах дистанційного та змішаного навчання.

Таким чином, зарубіжний досвід застосування гейміфікаційних стратегій у підготовці журналістів демонструє



ефективні підходи до підвищення мотивації, практичної підготовки та розвитку професійних компетенцій, одночасно відповідаючи сучасним вимогам медіаринку та очікуванням навчальної аудиторії.

Особливу увагу слід приділити використанню сучасних освітніх платформ, таких як Coursera, edX та інших, які дозволяють розробляти інтерактивні курси з гейміфікаційними елементами. Дослідження R. Smiderle, S.J. Rigo, L.B. Marques та співавторів (2020), а також F. Faiella і M. Riccardi (2015) демонструють ефективність такого підходу для підвищення мотивації та активного залучення студентів у навчальний процес.

Водночас низка наукових робіт, зокрема M.-S. Kuo та T.-Y. Chuang (2016), J. Vassileva (2012), відзначають певні труднощі, з якими стикаються навчальні заклади при впровадженні гейміфікаційних стратегій у підготовці майбутніх журналістів. До них належать недостатня кваліфікація викладачів, технологічні обмеження та культурні особливості аудиторії, які можуть впливати на успішність інтеграції гейміфікації в освітній процес.

У сучасному інформаційно-цифровому середовищі гейміфікація стає важливим інструментом для залучення студентів і підтримки їхньої уваги під час навчання журналістів. Використання ігрових елементів робить освітній процес більш інтерактивним, захопливим і привабливим, сприяючи активному засвоєнню матеріалу. Поняття «гейміфікація» можна розглядати з різних точок зору, кожна з яких підкреслює специфічні аспекти її впливу на навчальний процес та його результати.

З психологічної позиції гейміфікація стимулює мотивацію студентів, використовуючи бали, нагороди та змагання, що дозволяє підтримувати інтерес і залученість аудиторії. З навчальної точки зору ігрові елементи сприяють активній взаємодії студентів із



матеріалом, підвищуючи ефективність засвоєння знань. Водночас соціальний аспект гейміфікації допомагає формувати спільноти студентів, стимулюючи співпрацю, командну роботу та розвиток комунікативних навичок. Технологічний вимір цього підходу передбачає використання цифрових платформ і сучасних інструментів для інтеграції ігрових механік, що створює більш динамічне й інтерактивне навчальне середовище. З економічного погляду гейміфікація дозволяє оптимізувати освітні ресурси та підвищити ефективність навчання, а з когнітивної позиції стимулює розвиток критичного мислення та навичок вирішення проблем, полегшуючи сприйняття складних тем.

Таким чином, комплексне застосування гейміфікації у навчанні журналістів дозволяє не лише підвищити зацікавленість і мотивацію студентів, а й створити умови для інтерактивного засвоєння знань, розвитку практичних і соціальних навичок та формування критичного мислення, що є надзвичайно важливим у сучасному цифровому медійному середовищі.

Слід зазначити, що гейміфікаційні стратегії в навчанні активно застосовуються у багатьох країнах світу. У Сполучених Штатах Америки, зокрема в Массачусетському технологічному інституті (MIT) та інших університетах, студенти беруть участь у проєктах у форматі ігор, що інтегрують навчальний матеріал. Для підвищення мотивації широко використовуються системи балів і значків за досягнення. У Великій Британії платформи на кшталт FutureLearn застосовують елементи змагання, рейтинги та досягнення для залучення студентів до онлайн-курсів, а окремі університети організовують проєкти, де студенти створюють власні навчальні ігри або виконують завдання у формі квестів (Hakulinen & Auvinen, 2014).



У Швеції гейміфікаційний підхід активно впроваджується у навчанні математики та природничих дисциплін, що робить процес більш інтерактивним і сприяє розвитку соціальних навичок та критичного мислення через командні ігри. Норвезькі університети використовують ігрові платформи та симуляції, що дозволяють студентам проходити квести та змагання, інтегруючи навчальний матеріал у захопливий формат. У Австралії гейміфікація реалізується через ігрові завдання, командні проєкти та інтерактивні платформи, де студенти отримують бали за виконання завдань і активність на форумах.

У Канаді практикується використання рольових ігор і симуляцій для створення динамічного навчального середовища, при цьому активно застосовуються мобільні додатки та ігрові платформи. У Японії гейміфікація спрямована на підвищення інтересу до навчальних дисциплін, а студенти беруть участь у проєктах у форматі ігор, що стимулює командну роботу та розвиток комунікаційних навичок.

Досвід зарубіжних університетів демонструє, що інтеграція ігрових елементів у навчання підвищує залученість студентів, сприяє розвитку практичних і соціальних навичок та дозволяє поєднувати засвоєння теоретичного матеріалу з активною взаємодією та творчим підходом до навчання.

Одним із прогресивних прикладів імплементації гейміфікаційних методів у журналістичній освіті є досвід, представлений у дослідженні «Aprendiendo a desinformar...». Автори пропонують альтернативу традиційному підходу до боротьби з дезінформацією не дебанкінгу (спростування), а превентивному «prebunking» – підготовці майбутніх медіафахівців до



розпізнавання фейків ще до їхнього появи в інформаційному просторі.

У межах експерименту для студентів бакалаврату журналістики в Universidad de Valladolid (Іспанія) як інструмент превентивного навчання була використана гра The Bad News Game (версія 2018). Гра створена для моделювання процесів створення і поширення дезінформації: учасник бере на себе роль «виробника новин» і має сформулювати контент з ознаками фейку, використовуючи маніпулятивні тактики: емоційний вплив, страх, поляризацію, тролінг, дискредитацію тощо. Цей підхід дозволяє «зсередини» побачити механіку виробництва фейкових новин, що стає досвідом, який формує медіаграмотність.

Після проходження гри студентам пропонували пройти опитування, а також провести контент-аналіз, аналізуючи свої рішення, формулювання, зміст створених «новин», а також оцінюючи, чи могли б вони самі дізнатися, що ці новини є фейковими. Такий подвійний підхід, ігровий + аналітичний дає змогу не лише імітувати процес, але й усвідомити, як працюють маніпуляції, які рішення спрацьовують тощо.

Результати дослідження показали, що застосування newsgames як частини навчального процесу сприяло значному зростанню компетенцій студентів у сфері інформаційної грамотності. Переважна більшість учасників позитивно оцінила досвід: 78,1% зазначили, що формат гри, поєднання розваги та навчання є ефективним стимулом для засвоєння знань та практичних навичок. Лише 21,9% висловили сумніви щодо придатності ігрового формату в університетській освіті.

Студенти відзначили, що гра допомогла їм усвідомити власну вразливість перед дезінформацією, побачити, як легко можна



маніпулювати емоціями та використовувати інструменти впливу. Такий досвід формує не лише інтелектуальну, але й емоційну стійкість до фейків, критичне мислення, пильність і відповідальне ставлення до джерел.

Крім того, метод «prebunking + симуляція» виявився дієвим для формування у студентів реальних практичних навичок, які можуть бути застосовані в майбутній професійній діяльності: аналіз контенту, виявлення маніпуляцій, оцінювання достовірності інформації, розуміння етичної відповідальності журналіста.

Інтерактивний характер навчання через гру сприяє залученню студентів, підвищенню мотивації та емпатії: вони не просто читають про фейки, а переживають досвід маніпуляції зсередини. Це допомагає глибше засвоїти принципи інформаційної безпеки та відповідальності. Додатково, симуляції можуть слугувати як безпечне середовище для експериментів: студенти можуть «пробувати» різні підходи, помилятися й аналізувати результати без реальних ризиків.

Цей підхід легко адаптувати до цифрових платформ та онлайн-форматів, що особливо актуально в епоху масового поширення соціальних мереж, коли велика частина новин споживається цифровими. Такі методи можуть бути масштабованими та застосовуватися не лише у вузах, а й у курсах підвищення медіаграмотності, тренінгах для журналістів, громадських освітніх ініціативах.

Хоча дослідження реалізоване в Іспанії, воно має універсальний характер і може бути корисним для українських журналістів та медіаосвіти. Елементи newsgames і prebunking вже використовуються у багатьох міжнародних ініціативах протидії дезінформації: наприклад, проєкти від Google та Jigsaw у



партнерстві з відповідними організаціями різних країн, які мають на меті підвищення стійкості до фейків саме через превентивні механізми.

У контексті сучасної України, з огляду на високу динаміку інформаційного простору і ризики дезінформації, використання таких гейміфікованих навчальних практик може стати ефективним складником журналістської підготовки та розвитку медіаграмотності суспільства загалом [96].

Дослідження, проведене в Кембриджському університеті, обґрунтовує ефективність гейміфікованого підходу до формування когнітивної стійкості проти дезінформації. Метод базується на механізмах психологічної інокуляції, адаптованої до цифрового середовища, та реалізується через інтерактивну симуляційну гру, яка моделює ключові техніки створення та поширення фейкових повідомлень. Суть підходу полягає у цілеспрямованому зануренні користувача в роль виробника маніпулятивного контенту, що дозволяє сформувати стійкий «ментальний імунітет» до інформаційних впливів.

Метод ґрунтується на класичній інокуляційній теорії, яка передбачає «вакцинування» проти маніпуляцій через контрольоване зіткнення з їх ослабленими формами. У гейміфікованому форматі цей процес набуває активного, а не пасивного характеру: користувач не лише впізнає маніпулятивні техніки, а й самостійно конструює інформаційні повідомлення за їхнім принципом. Таким чином, формується комплексне розуміння структурних закономірностей дезінформації й механізмів її психологічного впливу.

На відміну від традиційних освітніх програм, що здебільшого зосереджуються на розборі типових прикладів фейків,



гейміфікована інокуляція навчає універсальним принципам створення маніпуляції. Цей підхід дозволяє досягти ефекту перенесення, здатності розпізнавати нові форми дезінформації, які не були прямо представлені під час тренування.

Однією з найважливіших особливостей методу є повне занурення учасника в рольову модель інформаційного маніпулятора. Користувач приймає серію рішень: обирає емоційні тригери, формулює заголовки, використовує імперсонацію, поляризацію, конспірологічні наративи, дискредитацію та тролінг. Кожен крок має відчутні наслідки в межах симульованої соціальної мережі: зростання або падіння аудиторії, зміна «рівня довіри» тощо.

Такий формат активізує механізми участі, недоступні під час пасивного навчання (читання, перегляд, лекція). Гравець не лише аналізує маніпуляцію ззовні, а конструює її зсередини, що сприяє формуванню точного розуміння причинно-наслідкових зв'язків і стимулює розвиток професійної інтуїції щодо виявлення прихованих впливів.

Для студентів-журналістів цей формат є аналогом редакційних симуляцій, де навичка набувається через дію, а не через спостереження. Такий підхід дозволяє задіяти як аналітичні, так і метакогнітивні процеси.

У результаті проходження гейміфікованого тренінгу спостерігається формування стійких когнітивних механізмів, що забезпечують опір інформаційним впливам. Цей ефект включає кілька ключових компонентів. Учасники демонструють здатність розпізнавати закономірності маніпуляції не лише в тих формах, що були відтреновані, а й у нових ситуаціях. Це вказує на розвиток генералізованої навички. Користувачі після проходження симуляції оцінюють фейкові заголовки як значно менш достовірні порівняно



з учасниками контрольної групи. Ефект має середньо-високу силу, що підтверджує дієвість методу. Гейміфікована інокуляція підвищує метакогнітивну впевненість, важливу складову професійної компетентності журналіста. Водночас ефект спостерігається лише у тих, хто справді покращив точність оцінювання інформації, що свідчить про формування обґрунтованої, а не ілюзорної впевненості.

Метод демонструє високу ефективність незалежно від ідеологічних уподобань аудиторії, що робить його придатним для роботи з неоднорідними студентськими групами та професійними колективами. Гейміфікована інокуляція має суттєві переваги для навчання журналістів, зокрема в контексті розвитку медіаграмотності, фактчекінгу та протидії інформаційним впливам. Симуляція, що імітує роботу соціальних мереж, дозволяє учасникам глибше зрозуміти механізми вірусного поширення інформації, емоційного впливу та структур взаємодії в цифровому середовищі. Занурення в роль творця дезінформації надає можливість застосовувати зворотний інжиніринг, що суттєво підвищує здатність журналістів виявляти приховані маніпулятивні патерни. Формування впевненості у власному аналізі зміцнює здатність приймати незалежні рішення, протистояти зовнішньому тиску та дотримуватися професійних стандартів. Оскільки метод тренує універсальні техніки, а не окремі кейси, журналісти набувають навичок, які дозволяють ефективно реагувати на нові виклики в інформаційному просторі, що ще не отримали широкого поширення.

Гейміфікована інокуляція є високоефективним інноваційним методом розвитку інформаційної стійкості, який поєднує психологічні механізми інокуляції з інтерактивними інструментами симуляції. Для підготовки журналістів цей підхід є особливо цінним,



оскільки забезпечує не лише розвиток критичного мислення, а й формує глибоку професійну інтуїцію, зміцнює впевненість у власних аналітичних судженнях та створює універсальні навички протистояння маніпулятивним технікам у сучасному цифровому середовищі [80].

У сучасному освітньому середовищі формується нова модель підготовки журналістів, яка поєднує інтерактивні ігрові формати, можливості штучного інтелекту та розширені мультимедійні інструменти. Такий підхід виник як відповідь на зростаючу складність медіасередовища, високу динаміку розвитку цифрових платформ і необхідність формувати навички, що виходять за межі традиційної текстоцентричної журналістики. Досвід інноваційних європейських освітніх програм, реалізованих в Університеті Автонома Барселони, демонструє особливо високу ефективність комплексного поєднання newsgames, штучного інтелекту, фактчекінгових практик і мультимедійного дизайну як методичної основи сучасної журналістської освіти.

У центрі цієї моделі перебуває використання newsgames як форми журналістського продукту та як педагогічного інструменту. Newsgames дозволяють реконструювати реальні події у форматі інтерактивної симуляції, де студент не лише аналізує інформацію, а й діє в межах змодельованого соціального чи політичного процесу. Такий формат, на відміну від традиційних лекцій і практикумів, створює ефект занурення, коли учасник навчання заново відкриває причинно-наслідкові зв'язки, ухвалює рішення, бачить наслідки цих рішень і розуміє логіку функціонування медіасистеми. Симуляції дозволяють відтворити складні процеси від роботи редакції до кризи довіри в суспільстві, від конфліктних ситуацій до інформаційних атак. Це відкриває можливість формувати



компетентності, що зазвичай потребували років професійної практики: аналітичність, стратегічне мислення, здатність оцінювати інформацію в умовах невизначеності, уміння працювати з кількома версіями подій і взаємодіяти з різними акторами медіапростору.

Гейміфікований формат сприяє формуванню мультимедійного мислення. Студенти створюють або розширюють ігрові моделі за допомогою тексту, графіки, відео, аудіо, інфографіки та інтерактивних елементів. У процесі цього вони освоюють сучасні формати цифрового сторітелінгу та розуміють, як поєднується аналітика, фактологічність і візуальна мова медіа. Це дозволяє поступово формувати компетентність конвергентного журналіста, який здатен працювати на різних платформах, адаптуючи інформацію до інтерфейсу користувача та логіки динамічної взаємодії.

Штучний інтелект у цій моделі виступає одночасно і педагогічним інструментом, і об'єктом вивчення. В освітньому процесі ШІ використовується для автоматичної обробки інформації, аналізу даних, виявлення маніпуляцій та фейкових матеріалів. Навчальні завдання включають роботу з алгоритмами, що допомагають студентам перевіряти справжність фото й відео, ідентифікувати цифрові сліди дезінформації, аналізувати структуру соціальних мереж і їхню роль у поширенні маніпулятивного контенту. Важливо, що студенти вчаться не тільки користуватися алгоритмами, але й критично оцінювати їхню роботу, розуміти межі застосування, потенційні ризики автоматизації, а також етичні дилеми, пов'язані з використанням ШІ в журналістиці.

Особливо значущим є використання штучного інтелекту під час створення newsgames. Алгоритми застосовуються для



моделювання поведінки персонажів, генерування сценарних варіантів, адаптації ігрових процесів до дій користувача. ШІ дає змогу створювати динамічні симуляції, у яких події можуть змінюватися залежно від рішень гравця, що значно розширює навчальний потенціал таких ресурсів. Завдяки цьому студенти отримують можливість поєднати аналіз даних, розробку інтерактивного сюжету та журналістський контекст у єдиному мультимедійному продукті.

У межах цієї педагогічної моделі навчання набуває характеру практичного, конструктивістського процесу. Студенти не лише споживають інформацію, а й створюють її: розробляють власні мультимедійні продукти, подкасти, інтерактивні карти, візуалізації даних, мікрогри та симуляції. Це сприяє розвитку проєктного мислення і дає змогу перетворити навчання на лабораторію сучасних медіапрактик. Робота над такими проєктами передбачає командну взаємодію, оскільки студенти виконують ролі сценаристів, редакторів, аналітиків, дизайнерів, фактчекерів і технічних розробників. Така колаборативна модель імітує повноцінний редакційний процес і створює умови для формування навичок професійної комунікації та взаємодії в цифровій редакції.

Не менш важливою складовою навчального процесу є інтеграція етичного та гендерно чутливого підходів. Робота над мультимедійними та ігровими продуктами дає змогу критично осмислювати питання репрезентації жінок та вразливих груп, виявляти медіаупередження та аналізувати ризики стереотипізації. Цей підхід формує здатність відповідально використовувати інформацію, працювати з даними в етичному контексті та усвідомлювати соціальні наслідки журналістських матеріалів.



Результатом інтеграції newsgames, штучного інтелекту та мультимедійного сторітелінгу є формування нового типу професійних компетентностей. Студенти стають здатними працювати з великими масивами даних, оперативно розпізнавати дезінформацію, створювати інноваційні формати журналістських матеріалів, застосовувати технологічні інструменти і критично оцінювати їхній вплив. Вони усвідомлюють соціальний контекст своєї роботи, підвищують рівень цифрової та медіаграмотності, розвивають аналітичне мислення й уміння приймати рішення в умовах інформаційного тиску.

Описана модель не просто модернізує процес підготовки журналістів, а створює нову парадигму журналістської освіти, у якій практичність, технологічність, етичність і критичність взаємодіють як єдина система. Поєднання гейміфікованих симуляцій, штучного інтелекту та мультимедійного дизайну забезпечує комплексний розвиток майбутніх журналістів, формує їхню стійкість до дезінформації та готовність працювати в умовах динамічного цифрового середовища, де інновації щоденно визначають якість і ефективність професійної діяльності [97].

Аналіз міжнародних освітніх практик демонструє, що провідні університети та медіацентри світу поступово переходять до парадигми інтерактивної, технологічно насиченої та проблемно-орієнтованої підготовки журналістів. У країнах Європи, Північної Америки та Латинської Америки активно впроваджуються моделі, які поєднують гейміфіковані симуляції, newsgames, мультимедійний сторітелінг і засоби штучного інтелекту. Ці практики засвідчують зрушення від традиційних форм навчання, лекційно-репродуктивних, до моделей, де домінує навчання через досвід, міждисциплінарна взаємодія та формування



компетентностей, необхідних для роботи в умовах складного цифрового середовища.

Міжнародний досвід підтверджує, що гейміфікаційні інструменти, особливо newsgames, ефективно підсилюють аналітичну здатність студентів і стимулюють їхнє критичне мислення. Вони створюють простір моделювання реальних соціальних і політичних процесів, дозволяють майбутнім журналістам практикуватися в ухваленні рішень і бачити наслідки медіакомунікації. Такий підхід формує редакційне мислення та навички роботи з інформаційними сценаріями різної складності, що сьогодні є одним із ключових елементів професійної стійкості.

Широке використання штучного інтелекту у журналістській освіті за кордоном демонструє переорієнтацію на технологічну грамотність майбутніх медіафахівців. Студенти опановують інструменти автоматизованої обробки даних, цифрової верифікації контенту, аналізу алгоритмічних патернів і боротьби з дезінформацією. Це дає змогу формувати компетентності, які значно підвищують професійну адаптивність і дозволяють працювати у глобальному інформаційному середовищі, де технологічні інновації визначають швидкість та якість журналістської діяльності.

Важливим елементом міжнародних практик є застосування мультимедійних і конвергентних підходів до створення навчальних продуктів. Поєднання інтерактивної графіки, аудіо-, відеоформатів, візуалізації даних і подкастингу формує у студентів універсальні навички роботи в умовах полімедійності та мультилокальної журналістики. Міжнародні програми наголошують на розвитку творчого та технічного мислення, що дає студентам змогу створювати інноваційні журналістські формати, зокрема гібридні



медіапродукти, які поєднують репортажність, аналітику та інтерактивність.

Особливу увагу у світових освітніх практиках приділяють розвитку етичної, гендерної та соціальної чутливості журналіста. Робота над інтерактивними проєктами і newsgames дозволяє студентам критично аналізувати репрезентації, уникати стереотипів, розуміти соціальні наслідки контенту та вчитись приймати відповідальні редакційні рішення. Такий підхід формує комплексну професійну культуру, яка відповідає вимогам демократичного суспільства та стандартам міжнародної журналістики.

Узагальнюючи міжнародний досвід, можна констатувати, що поєднання гейміфікації, журналістської симуляції, технологій штучного інтелекту та мультимедійного сторітелінгу створює нову модель журналістської освіти. Вона забезпечує ефективне поєднання теорії й практики, стимулює творчу та критичну активність студентів, формує стійкість до дезінформації та підвищує рівень технологічної компетентності. Такі підходи не лише оптимізують навчальний процес, а й відповідають реальним запитам медіаіндустрії, формуючи покоління журналістів, здатних працювати в умовах цифрових трансформацій, високої інформаційної конкуренції та етичних викликів сучасного світу.



РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ТА ФАКТЧЕКІНГУ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

3.1. Методологічні засади впровадження гейміфікації в освітній процес закладу вищої освіти (на прикладі ОП «Журналістика» ВДПУ імені Михайла Коцюбинського)

Сучасна вища освіта перебуває у стані системної трансформації, зумовленої стрімким розвитком цифрових технологій, зміною комунікативних практик та зростанням вимог до професійної компетентності майбутніх фахівців. Особливо гостро ці процеси проявляються у сфері журналістської освіти, де здатність працювати з інформаційними потоками, критично оцінювати джерела, протидіяти дезінформації та ефективно взаємодіяти у цифровому середовищі стає ключовою умовою професійної успішності. У цьому контексті традиційні педагогічні методики вже не забезпечують достатнього рівня залучення студентів, а також не гарантують формування необхідних когнітивних і практичних навичок.

Одним із перспективних напрямів модернізації освітнього процесу є гейміфікація – використання ігрових механік, інтерактивних сценаріїв та симулятивних моделей для підвищення мотивації, розвитку аналітичних умінь і формування стійких професійних компетентностей. У світовій педагогічній практиці гейміфікація набула статусу ефективного інструменту активного навчання, який забезпечує занурення студентів у практичні ситуації, моделює професійні виклики та сприяє формуванню



навичок, що складно опанувати в межах традиційної лекційно-семінарської моделі.

Для журналістської освіти цей підхід має особливу цінність, оскільки дозволяє відтворювати реальні комунікативні, редакторські та аналітичні процеси, тренувати навички перевірки фактів, роботи з інформаційними ризиками, медіаграмотності та створення контенту в умовах, максимально наближених до роботи сучасного медіа. Гейміфіковані рішення від навчальних симуляцій до інтерактивних платформ не лише підвищують рівень залученості студентів, але й сприяють розвитку критичного мислення, професійної відповідальності, здатності працювати в команді та адаптуватися до нових технологічних викликів.

Саме тому впровадження гейміфікації у підготовку майбутніх журналістів потребує чітко окреслених методологічних засад, які включають визначення мети та завдань практичного етапу дослідження, характеристику освітнього середовища, опис обраної дисципліни для апробації, критерії відбору студентів і формат організації навчальної діяльності. Наукове осмислення цих компонентів дозволяє не лише обґрунтувати доцільність використання гейміфікованих підходів, але й сформувати комплексну модель їх ефективного застосування у процесі професійної підготовки журналістів.

Методологічна розробка гейміфікованих рішень у підготовці майбутніх журналістів потребує ґрунтового врахування особливостей освітнього середовища, у межах якого здійснюється педагогічний експеримент. У цьому контексті важливим є аналіз освітньої програми «Журналістика» Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського як цілісного комплексу професійної підготовки фахівців медіагалузі,



що поєднує теоретичні засади, практикоорієнтованість та інноваційні методи навчання. Визначення особливостей даної програми дозволяє адекватно інтерпретувати результати апробації гейміфікаційних методик, врахувати специфіку навчального контингенту та інфраструктурні можливості університету.

Освітня програма «Журналістика», реалізована у Вінницькому державному педагогічному університеті імені Михайла Коцюбинського, виступає комплексною платформою професійної підготовки журналістів нового покоління, здатних працювати в умовах динамічних трансформацій сучасного медійного ринку та цифрового комунікаційного середовища. Програма сформована відповідно до актуальних вимог Професійного стандарту журналіста та тенденцій розвитку українського й міжнародного інформаційного простору, орієнтуючись на формування у студентів глибоких професійних компетентностей, критичного мислення, цифрової спроможності та здатності до відповідальної журналістської діяльності.

Підготовка журналістів у межах цієї програми поєднує фундаментальну теоретичну основу та широкі практичні можливості, забезпечуючи студентам доступ до сучасних методів збору, аналізу та представлення інформації. Навчальний процес вибудований таким чином, щоб здобувачі отримували комплексне уявлення про закономірності функціонування медійних систем, механізми взаємодії медіа з аудиторією, особливості роботи в різних журналістських жанрах і форматах, а також про основи аналітичної, мультимедійної та редакторської діяльності. У центрі програми знаходиться концепція універсального журналіста, фахівця, здатного оперативно реагувати на запити редакції, створювати контент у текстовому, аудіовізуальному та інтерактивному



форматах, адаптувати матеріали під специфіку різних медіаплатформ, зокрема соціальних мереж, онлайн-видань, телевізійних і радійних каналів [20].

Універсальність підготовки зумовлена зростанням вимог до журналістів, які мають не лише виконувати функції репортера чи редактора, а й володіти навичками відеомонтажу, аудіопостпродакшену, мультимедійного сторітелінгу, застосування мобільних технологій та цифрових інструментів верифікації інформації. Важливим компонентом підготовки є розвиток здатності працювати у багатозадачному середовищі, орієнтуватися у швидкоплинних інформаційних потоках, здійснювати фактчекінг та аналізувати достовірність джерел, що є критично важливим у період інформаційних війн та поширення дезінформації.

Особливу роль у структурі освітньої програми відіграє регіональний компонент, який відображає специфіку Вінниччини як активного медійного середовища з розгалуженою мережею локальних онлайн-видань, телерадіокомпаній, громадських інформаційних платформ та ініціатив громадянської журналістики. Підготовка студентів зорієнтована на розуміння потреб місцевих громад, функціонування територіальних медіа, особливостей висвітлення соціально значущих тем, пов'язаних із локальною політикою, культурним життям, проблемами сталого розвитку регіону, екологічними та інфраструктурними питаннями. Такий підхід сприяє формуванню журналістів, здатних працювати у малих і середніх редакціях, де необхідною є оперативність, універсальність і високий ступінь автономності.

Освітня програма інтегрує ключові положення Цілей сталого розвитку, визначаючи журналістську освіту як важливий фактор зміцнення соціальної відповідальності, прозорості та демократії.



Зокрема, враховуються завдання щодо забезпечення якісної та доступної освіти (ЦСР 4), утвердження принципів гендерної рівності у медійному контенті та навчальному середовищі (ЦСР 5), зменшення соціальної нерівності через розвиток регіональних медіа та підтримку локальних спільнот (ЦСР 10), а також сприяння формуванню мирних, інклюзивних суспільств і зміцненню інституцій демократії (ЦСР 16). У цьому контексті університетська підготовка журналістів розглядається не лише як освітній процес, а й як внесок у формування культури критичного мислення, протидії дезінформації та відповідального висвітлення суспільно важливих питань.

Програмні результати навчання узгоджені з вимогами професійного стандарту й охоплюють широкий спектр компетентностей: здатність збирати й аналізувати інформацію з різних джерел; створювати якісний журналістський контент із дотриманням професійних стандартів; використовувати сучасні технології для виробництва текстових, аудіовізуальних і мультимедійних матеріалів; здійснювати фактчекінг та працювати з відкритими даними; дотримуватися норм медіаправа та журналістської етики; володіти навичками цифрової аналітики та управління інформаційним продуктом у соціальних мережах; ефективно працювати в команді та брати участь у редакційних процесах. Навчальний процес передбачає залучення студентів до реальних і симульованих редакційних практик, участі у створенні університетських медіапроектів, розробці власних журналістських продуктів та проходженні виробничих практик у регіональних і всеукраїнських редакціях [20].

Освітня програма «Журналістика» у ВДПУ імені Михайла Коцюбинського являє собою сучасну модель підготовки фахівців,



які володіють професійною мобільністю, цифровою компетентністю, критичною свідомістю та здатністю відповідати на виклики інформаційної доби. Її багатовимірність, регіональна інтегрованість, відповідність міжнародним орієнтирам сталого розвитку та професійним стандартам утворюють надійну основу для апробації гейміфікованих підходів у навчальному процесі, що становить важливий етап проведення даного дослідження.

Враховуючи окреслені особливості освітньої програми та її стратегічні орієнтири, упровадження гейміфікації в навчальний процес постає цілком логічним і методично обґрунтованим кроком, що відповідає сучасним тенденціям розвитку журналістської професії та вимогам до підготовки універсальних медіафахівців. Сучасна журналістика функціонує у середовищі, де інформаційні потоки надзвичайно динамічні, медіаплатформи швидко трансформуються, а робочий процес вимагає гнучкості, здатності до швидкої адаптації та постійного оновлення навичок. Тому інтерактивні та симуляційні моделі, притаманні гейміфікації, дозволяють максимально наблизити освітній процес до реальних умов професійної діяльності.

Гейміфікація забезпечує підвищення мотиваційної залученості студентів, що є критично важливим у підготовці журналістів, адже ефективне опанування професії неможливе без внутрішньої зацікавленості в аналітичному пошуку, творчому експериментуванні та зануренні у професійні ситуації. У межах освітньої програми, яка вже орієнтована на практичний досвід, гейміфікаційні інструменти створюють додаткове середовище, де студенти мають змогу не лише відтворювати реальні редакційні сценарії, а й аналізувати власні рішення, порівнювати їх із професійними стандартами та усвідомлювати наслідки помилок або



невдалих комунікаційних стратегій. Таке моделювання є особливо корисним у дисциплінах, що пов'язані з медіаграмотністю, фактчекінгом, верифікацією інформації, журналістськими розслідуваннями та цифровими комунікаціями.

Універсальна підготовка журналістів, закладена в програмі ВДПУ імені Михайла Коцюбинського, передбачає формування широкого спектра професійних компетентностей, від уміння працювати з джерелами інформації до здатності створювати мультимедійні продукти. Гейміфіковані практики сприяють розвитку цих компетентностей шляхом активного залучення студентів до процесу прийняття рішень, вирішення проблемних ситуацій, роботи з інформаційними потоками та виконання завдань, що мають елемент змагальності, кооперації чи симуляції. Завдяки цьому студенти отримують можливість тренувати швидкість реакції, аналітичне мислення та навички професійної взаємодії, складові, які є визначальними у роботі сучасного журналіста.

Важливою перевагою гейміфікації є її здатність підсилювати когнітивні процеси, зокрема критичне мислення та здатність до рефлексії. У контексті журналістської освіти це означає глибше усвідомлення логіки інформаційних маніпуляцій, алгоритмів роботи соціальних платформ, способів формування інформаційних бульбашок та емоційних тригерів у медіа. Враховуючи те, що програма підготовки журналістів ВДПУ імені Михайла Коцюбинського інтегрує концепції сталого розвитку, етичних принципів, прозорості та соціальної відповідальності, гейміфікація дозволяє зробити ці засади не лише теоретично зрозумілими, а й практично відпрацьованими у безпечному симуляційному середовищі.



Не менш важливим є те, що гейміфіковані формати відгукуються на потреби нинішнього покоління студентів, яке звикло до інтерактивності, мультимедійності та високого рівня цифрової взаємодії. Такий підхід забезпечує природну комунікацію зі студентами їхньою мовою, мовою інтерфейсів, завдань, сценаріїв, візуальних рішень та цифрових інструментів. У результаті підвищується не лише ефективність засвоєння навчального матеріалу, а й рівень загальної професійної готовності, адже журналісти нового покоління повинні вміти працювати саме в таких умовах швидкої зміни інформаційного середовища.

Цілком очевидно, що гейміфікація відповідає методологічним і ціннісним орієнтирам освітньої програми «Журналістика», посилюючи її практикоорієнтований характер. Вона дозволяє інтегрувати реальні професійні ситуації у навчальний процес, підвищувати мотивацію, формувати навички командної роботи, забезпечувати безпечні умови для експериментування та поміркованого ризику, що сприяє розвитку професійної сміливості та готовності до непередбачуваних ситуацій. Таким чином, застосування гейміфікаційних методик не лише доповнює традиційні освітні підходи, а й стає необхідною умовою підготовки конкурентоспроможних, відповідальних і професійно мобільних журналістів у регіональному та національному медіапросторі [19].

У межах дослідження було обрано аналіз упровадження медіаграмотності для студентів третього курсу спеціальності 061 «Журналістика» під час вивчення вибіркової дисципліни циклу професійної підготовки «Основи медіаграмотності». Такий вибір є обґрунтованим як із методологічної, так і з професійної точки зору, оскільки саме на цьому етапі навчання студенти вже володіють базовими знаннями зі спеціальності, засвоїли початкові навички



роботи з інформаційними потоками та почали занурюватися у практичні аспекти журналістської діяльності. Це створює оптимальні умови для інтеграції складніших когнітивних практик, зокрема тих, що пов'язані з розпізнаванням інформаційних маніпуляцій, верифікацією фактів, аналізом медійних стратегій впливу та критичним осмисленням новинного контенту.

Дисципліна «Основи медіаграмотності» у програмі професійної підготовки журналістів є ключовим освітнім компонентом, спрямованим на формування здатності до відповідальної взаємодії з інформаційним середовищем. Її зміст відповідає сучасним викликам інформаційної доби, коли журналіст стає не лише виробником новинного продукту, а й активним учасником медійного обігу, який повинен розуміти глибинні механізми створення, поширення та модифікації інформації. Третій курс є показовим тим, що студенти вже знайомі з базовими теоріями масової комунікації, специфікою роботи сучасних платформ, жанрами журналістики та редакційними стандартами, що дозволяє більш змістовно опрацьовувати теми, пов'язані з інформаційною безпекою та протидією дезінформації.

Інтеграція гейміфікованих елементів у цю дисципліну є особливо доцільною, оскільки медіаграмотність має прикладний характер і потребує активного відпрацювання навичок через практичні кейси, симуляції, рольові моделі та аналіз реальних інформаційних ситуацій. Гейміфікація дає змогу перетворити навчальний процес на інтерактивне середовище, де студенти не просто ознайомлюються з алгоритмами інформаційного впливу, а й самостійно моделюють ситуації, ухвалюють рішення, аналізують наслідки власних дій та працюють зі складними типами медійних маніпуляцій у безпечному форматі навчальних ігрових сценаріїв.



Такий підхід дає змогу значно підвищити рівень залученості та внутрішньої мотивації студентів, що є важливою умовою для формування стійких професійних навичок.

Крім того, саме студенти третього курсу найбільш готові до опанування концептуальних засад медіаграмотності, оскільки вже мають попередній досвід створення інформаційних матеріалів, участі у редакційних проєктах чи навчальних практиках. Це дозволяє їм не лише засвоювати інструменти медіакритики, а й співвідносити їх із власною професійною діяльністю. У цьому контексті застосування гейміфікації допомагає глибше усвідомити власну роль як медіапрацівників, здатних впливати на публічний дискурс, формувати інформовані аудиторії та забезпечувати доброчесність інформаційних процесів.

Таким чином, аналіз упровадження медіаграмотності саме на цьому етапі та в межах зазначеної дисципліни дозволяє комплексно оцінити ефективність гейміфікованого підходу в підготовці журналістів, перевірити, наскільки інтерактивні моделі сприяють розвитку професійних компетентностей, і виявити потенціал подальшого вдосконалення навчальних практик у галузі журналістської освіти.

У межах проведеного заняття з дисципліни «Основи медіаграмотності» гейміфікований підхід було реалізовано у форматі групової роботи, що дозволило максимально залучити всіх учасників освітнього процесу та створити умови для активної взаємодії. Групова форма організації діяльності сприяла рівномірному розподілу ролей, відповідальності та інтелектуального навантаження, завдяки чому кожен студент мав можливість проявити себе, висловити власну позицію, запропонувати рішення та взяти участь у колективному



обговоренні. Саме формат командної роботи забезпечує найвищий рівень включеності, адже студенти не можуть залишатися пасивними спостерігачами, від їхніх дій і внеску залежить успішність групового результату. Таким чином, інтерактивна взаємодія перетворюється на інструмент спільного конструювання знань, що повністю відповідає сучасним педагогічним моделям активного навчання [18].

Під час заняття було застосовано інтерактивну гру «365 градусів медіаграмотності», яка стала центральним елементом гейміфікованого підходу та дала змогу студентам опрацювати ключові аспекти медіаграмотності у практичному, наближеному до реальних професійних умов форматі. Ця гра передбачає розгляд ситуацій, пов'язаних із медіаспотвореннями, маніпулятивними техніками, недостовірними джерелами, а також аналіз комплексних комунікаційних кейсів, у яких необхідно швидко орієнтуватися, критично оцінювати інформацію та пропонувати оптимальні медійні рішення. Формат гри стимулює всебічне «обертання» інформаційної проблеми, відтак і назва «365 градусів», яка підкреслює необхідність оцінювати медіаконтент з максимально різних ракурсів.

Застосування цієї гри підсилює групову динаміку, оскільки потребує колективного обговорення, аргументації позицій та узгодження рішень. Студенти працюють у командному режимі, розподіляють ролі, взаємодіють у межах проблемних ситуацій і пропонують спільні висновки. Такий формат роботи демонструє високу ефективність, адже забезпечує повну залученість усіх учасників освітнього процесу: кожен студент включається у дискусію, має можливість висловитися, запропонувати власний варіант аналізу чи розв'язання ситуації. Умови гри фактично



моделюють редакційну взаємодію, в якій успішний результат залежить від внеску кожного члена команди [18].

Очікувані результати застосованого гейміфікованого підходу проявляються у кількох ключових напрямках. Передусім підвищується мотивація студентів, адже ігровий формат є динамічним, емоційно насиченим і таким, що стимулює внутрішню зацікавленість у навчальному процесі. Також посилюється критичне мислення: робота з реалістичними кейсами змушує студентів аналізувати різні види інформації, розпізнавати маніпуляції, аргументовано захищати власні рішення. Важливим результатом є розвиток креативності, оскільки виконання ігрових завдань спонукає до пошуку нестандартних підходів і творчих рішень медійних проблем. Окрім цього, значно зміцнюється колективна взаємодія як одна з ключових компетентностей майбутніх журналістів: студенти навчаються працювати у команді, налагоджувати ефективну комунікацію, знаходити спільні точки згоди в умовах інформаційної невизначеності.

Таким чином, впровадження гри «365 градусів медіаграмотності» на заняттях з вибіркової дисципліни «Основи медіаграмотності» не лише активізувало навчальний процес, а й продемонструвало практичну цінність гейміфікованих методів у формуванні професійних умінь студентів третього курсу спеціальності ОБ1 «Журналістика».

Окрім настільної гри «365 градусів медіаграмотності», під час заняття були застосовані й онлайн-інструменти та ігрові ресурси, спрямовані на розвиток критичного мислення, уміння працювати з інформацією та навички перевірки фактів. Зокрема, студенти опрацьовували завдання з інтерактивної освітньої гри «Пригоди Літератураса». Цей ресурс моделює ситуації, пов'язані з різними



видами медіаспростувань, логічних помилок та маніпулятивних технік, але подає їх у форматі захопливого сюжетного квесту. Використання такого інструменту не лише робить навчання цікавішим, а й дає можливість студентам перебудувати звичні аналітичні підходи, адже ігровий наратив вимагає постійного переключення між завданнями, порівнянням інформаційних фрагментів та прийняттям оперативних рішень. Завдяки цьому студенти тренують зосередженість, увагу до деталей, уміння визначати причинно-наслідкові зв'язки та перевіряти фактичну коректність повідомлень.

Також на занятті був використаний ресурс «Нота єнота», який пропонує низку інтерактивних вправ, спрямованих на розвиток інформаційної обізнаності та навичок онлайн-безпеки. Цей інструмент дозволяє в ігровій формі освоїти базові принципи перевірки достовірності інформації, виявлення фейків, розпізнавання емоційних маніпуляцій і небезпечних цифрових практик. «Нота єнота» працює за принципом ситуативної симуляції: студент потрапляє у віртуальні інформаційні ситуації, де повинен аналізувати повідомлення, визначати, які з них можуть бути шкідливими, і робити вибір, як діяти далі. Такий підхід формує не лише аналітичні вміння, а й відповідальне ставлення до власної цифрової поведінки аспект, який є особливо важливим у підготовці журналістів.

Використання цих онлайн-ігор та цифрових навчальних застосунків забезпечує ширшу варіативність навчальної діяльності, дозволяє урізноманітнити форми роботи та адаптувати їх до індивідуальних стилів сприйняття студентів. Це важливо, оскільки сучасні здобувачі освіти звикли до візуально-динамічних форматів взаємодії, а цифрові середовища для них є природним простором



для отримання та обробки інформації. Тому застосування таких ресурсів сприяє підвищенню залученості та внутрішньої мотивації, адже поєднує навчальний зміст з інструментами, близькими до повсякденних комунікаційних практик студентів [19].

У комплексі з іншими формами гейміфікації це дозволило створити багатовимірний, насичений та інтерактивний освітній простір, у якому студенти третього курсу спеціальності 061 «Журналістика» могли не лише опрацьовувати теоретичний матеріал, а й практично застосовувати принципи медіаграмотності в умовах, максимально наближених до реальних професійних викликів.

Ці ресурси дозволяють студентам моделювати поведінку споживачів інформації та розпізнавати приховані маніпуляції у медіапросторі, що важливо для формування професійної компетентності майбутніх журналістів. Основний акцент робився на використанні матеріалів з Практичного посібника з медіаграмотності для мультиплікаторів (АУП, 2019) та аналогічних ресурсів, що містять понад 400 вправ з медіаграмотності.

Використання вправ із посібника АУП включало аналіз медіатекстів, перевірку фактів, розбір маніпулятивних заголовків та візуальних елементів, а також моделювання редакційних рішень у командній роботі. Наприклад, у вправі «Червона Шапочка» студенти отримували завдання переказати знайомий сюжет у трьох різних медіаформатах, що дозволяло оцінити, як контекст, жанр та редакційна політика впливають на сприйняття інформації. Виконання цієї вправи сприяло розвитку критичного мислення, усвідомленню ролі джерел і медіатексту, а також активізації творчого потенціалу студентів у формуванні власних медіаінтерпретацій.



Інші вправи посібника були спрямовані на навчання фактчекінгу та розпізнавання маніпуляцій. Студенти працювали з реальними та змодельованими повідомленнями, порівнювали джерела, аналізували достовірність, оцінювали емоційний вплив заголовків та візуальних матеріалів. Такий підхід забезпечував формування практичних навичок, що відповідають професійним стандартам журналіста, та підвищував здатність студентів ухвалювати обґрунтовані рішення у складних інформаційних ситуаціях [46].

Завдяки впровадженню гейміфікованих вправ студенти отримували не лише знання про медіаграмотність, а й набували навичок активної взаємодії, командної роботи та колективного обговорення медіапроблем. Практика групової роботи дозволяла кожному учаснику повністю зануритися в процес, обговорювати рішення, аргументувати позиції та спільно знаходити оптимальні способи подачі інформації. Такий формат сприяв розвитку критичного мислення, креативності, усвідомленої колективної взаємодії та підвищував мотивацію до навчання.

Впровадження онлайн-ресурсів і гейміфікованих вправ значно активізувало освітній процес, оскільки студенти мали змогу експериментувати з медіаконтентом, відпрацьовувати техніки розпізнавання фейків та маніпуляцій і водночас отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу. Інтерактивний формат навчання забезпечував одночасне засвоєння теоретичних знань і практичних умінь, а також формував у студентів відчуття відповідальності за власну інформаційну поведінку, що є критично важливим у професійній підготовці журналістів.

Одна з вправ передбачає взяти знайомий сюжет (наприклад, казку чи народну історію) і переписати його у формат медіа: як



новинну замітку, журналістську статтю, репортаж чи авторський колонковий матеріал. У нашій практиці цю вправу було адаптовано для навчальних занять: студенти працювали в групах, кожна група отримувала однаковий сюжет, але мала представити його у різних медійних жанрах. Такий підхід наочно показував, як від зміни жанру, цільової аудиторії або точки зору змінюється не лише стиль подачі, а й сенс, акценти, емоційне сприйняття інформації. Це сприяло розвитку критичного мислення: майбутні журналісти почали усвідомлювати, що медіатекст це не просто «фіксація факту», а конструйована нарація.

Посібник містить вправи, де студентам пропонується проаналізувати реальні або змодельовані медіатексти, новини, пости, публікації у соцмережах з точки зору маніпуляцій, спотворень, фейків. Студенти повинні виявити маніпулятивні прийоми: емоційно забарвлені заголовки, неперевірені джерела, відсутність фактчекінгу, використання недомовок або однобоких ракурсів. У рамках курсу ці вправи стали основою для серії практичних завдань і міні-кейсів: студенти порівнювали декілька джерел, співставляли факти, шукали первинну інформацію, виписували запитання до джерел, критично аналізували подачу інформації. Цей підхід допоміг їм розвинути навички фактчекінгу, підвищити медіакритичність та свідомість щодо відповідальності журналіста за достовірність інформації.

У методичному арсеналі посібника є сценарії для рольових ігор: студенти можуть приміряти ролі журналіста, редактора, експерта, медіаспоживача, громадянина та моделювати ситуації, пов'язані з прийняттям рішень: що публікувати, як перепроверити інформацію, як реагувати на запити громадськості, як сформулювати запитання до джерел і подати матеріал



етичнокоректно. У нашому курсі такі симуляції неодноразово використовувалися як групові практичні заняття. Це надало студентам не лише теоретичні знання, але й досвід ухвалення редакційних рішень, відповідальності за контент та врахування етичних аспектів.

Окрім індивідуальних завдань, посібник пропонує вправи, розраховані на групову роботу: аналіз новин, обговорення етичних дилем, порівняння різних джерел інформації, спільний пошук маніпуляцій або фейків, дискусії про заслуги та недоліки медіатекстів. У межах курсу студенти працювали у парах або малих групах, обговорюючи отримані результати, аргументуючи свої висновки, співпрацюючи над створенням власних медійних продуктів. Це розвивало їхні комунікативні навички, вчило колективному виробленню медіа-рішень та підвищувало колективну відповідальність.

Деякі вправи посібника передбачають не лише аналіз, а й створення: написання статей, постів, оглядів, створення коротких медіаформ (фото, інфографіка, меми), оформлення інформаційних продуктів. У нашому курсі студенти отримували завдання створити власний «медіапродукт», текст, пост, дизайн, інфографіку або презентацію на актуальну тему, застосовуючи набутий досвід критичного аналізу, фактчекінгу, етичного підходу. Завдяки цьому вони не лише розуміли теоретичні механізми медіаграмотності, а й набували практичних навичок створення якісного, відповідального медіаконтенту.

Завдяки систематичному використанню наведених вище вправ, курс медіаграмотності з елементами гейміфікації забезпечив значне підвищення медійної компетентності студентів. По-перше, вони навчилися критично ставитися до медіатекстів: аналізувати,



перевіряти, порівнювати джерела, виявляти маніпуляції та фейки. По-друге, отримали практичний досвід у створенні власного медійного контенту, що базується на етичних стандартах і професійній відповідальності. Групова форма роботи, рольові ігри та колективний аналіз сприяли розвитку комунікативних і колективних навичок, вмінню працювати у команді, аргументувати позицію, приймати спільні редакційні рішення. Гейміфіковані елементи (роль, «гра», творення, аналіз) підтримували мотивацію студентів, навчання не виглядало як суха теорія, а як практичний досвід і проста гра, що робить процес більш залученим та ефективним.

Використання матеріалів із посібника АУП, онлайн-ресурсів і гейміфікованих ігор у рамках курсу «Основи медіаграмотності» забезпечило комплексний підхід до формування професійних компетенцій майбутніх журналістів, поєднуючи критичне мислення, креативність, колективну взаємодію та активне залучення до навчального процесу. Цей методологічний підхід довів свою ефективність у підготовці студентів до роботи в сучасному інформаційному середовищі та став підґрунтям для подальших досліджень з розвитку гейміфікації у журналістській освіті.

Ефективність групової гейміфікації зумовлена також тим, що під час виконання завдань студенти опиняються в умовах, максимально наближених до реальної редакційної чи комунікаційної діяльності. Спільне розв'язання інформаційних кейсів, аналіз медійних маніпуляцій або моделювання ситуацій поширення дезінформації потребує координації, стратегічного мислення, розподілу функцій, оперативного ухвалення рішень та критичного аналізу. Це формує у студентів комплекс професійних



компетентностей, які неможливо здобути в умовах суто лекційного або індивідуального формату роботи.

Очікувані результати впровадження гейміфікованого підходу в такому середовищі є багаторівневими та значущими для професійної підготовки журналістів. Насамперед підвищується рівень внутрішньої мотивації, оскільки студенти працюють не з абстрактними теоретичними моделями, а з конкретними ситуаціями, взаємодіють у режимі реального часу та бачать безпосередні результати власних рішень. Додаткову мотивацію створюють елементи змагання, рольового розподілу та креативних завдань, які вимагають активності й залучення [19].

Критичне мислення формується завдяки необхідності аналізувати інформаційні потоки, відокремлювати фактичні дані від інтерпретацій, розпізнавати маніпулятивні прийоми та аргументувати власні висновки. Гейміфікований формат дозволяє тренувати ці навички в динамічному середовищі, де інформація швидко змінюється, а студенти мають адаптуватися до нових викликів. Це моделює реальні умови роботи журналіста, який повинен оперативно оцінювати достовірність матеріалів та ухвалювати професійні рішення під тиском часу чи обставин.

Креативність проявляється у створенні власних інформаційних продуктів, виробленні нестандартних рішень, побудові нових моделей подачі інформації та пошуку альтернативних стратегій протидії маніпуляціям. Ігрові механіки сприяють зниженню психологічної напруги, допомагаючи студентам мислити сміливіше та пробувати різні підходи без страху помилок, що є важливим для розвитку творчого потенціалу майбутніх журналістів.



Колективна взаємодія підсилюється завдяки необхідності співпрацювати, вести переговори, прислухатися до аргументів інших, узгоджувати позиції та досягати спільного результату. Робота в групах тренує комунікативні навички, відповідальність, здатність до координації командних процесів та розуміння своєї ролі в загальному успіху. Усі ці компоненти є критично важливими для діяльності журналіста в реальних редакційних умовах.

У сукупності гейміфікований підхід забезпечує комплексний розвиток професійних, когнітивних та соціальних компетентностей, формуючи у студентів не лише теоретичне розуміння медіаграмотності, а й практичну готовність працювати з інформацією у складному, динамічному та часто маніпулятивному медіасередовищі. Завдяки цьому гейміфікація стає не просто дидактичним засобом, а повноцінним інструментом модернізації журналістської освіти, що відповідає сучасним викликам інформаційної епохи.

3.2. Розроблення гейміфікованого освітнього елемента і симуляцій фактчекінгу

У сучасній журналістській освіті особливого значення набувають активні, інтерактивні та практикоорієнтовані методи навчання, що дозволяють студентам не лише засвоювати теоретичний матеріал, а й застосовувати професійні знання в динамічних ситуаціях, наближених до реальної медіапрактики. Одним із найбільш ефективних інструментів такого формату є гейміфікація – педагогічний підхід, що інтегрує ігрові механіки у навчальний процес для стимулювання мотивації, залученості та закріплення знань.

Використання платформ Kahoot, Classcraft, Miro, Mentimeter, Padlet, Canva, Trello, ChatGPT, Notion, а також інтерактивних Google-



курсів формує новий тип навчальної взаємодії, де технології стають не просто допоміжним ресурсом, а структурним елементом педагогічного процесу. Такі інструменти дозволяють створювати інтерактивні вікторини, колективні онлайн-дошки, візуальні проєкти, карти знань, адаптивні тести, віртуальні простори командної роботи та персоналізовані навчальні треки. Вони забезпечують гнучкість, доступність і миттєвий зворотний зв'язок, стимулюють креативність студентів і сприяють формуванню навичок співпраці в цифровому середовищі. Завдяки цьому навчання стає більш динамічним, практикоорієнтованим і наближеним до реальних умов роботи сучасного медіафахівця, для якого цифрові сервіси та інструменти – невід'ємна частина професійної діяльності.

У процесі вивчення дисципліни «Історія журналістики» важливим завданням є не лише засвоєння студентами фактичного матеріалу, але й формування здатності інтерпретувати історичні події, медійні практики та еволюцію журналістики у доступній, візуально привабливій та сучасній формі. З огляду на це зі студентами 4 курсу було реалізовано творчий освітній проєкт – створення навчального коміксу, який інтегрує історичні знання з елементами візуальної комунікації, storytelling та цифрової грамотності.

Комікс як навчальне медіа було обрано не випадково. Цей формат поєднує текстову й графічну складові, що дозволяє студентам опрацьовувати історичний матеріал не лише на рівні фактології, а й на рівні образно-символічних репрезентацій. Завдяки такому підходу здобувачі освіти мали змогу переосмислити ключові періоди становлення журналістики, простежити логіку розвитку масових комунікацій і візуально відтворити найбільш знакові події, постаті чи медійні явища.



Проект передбачав кілька послідовних етапів. Спершу студенти обирали конкретну історичну тему або період, який вони вивчали в межах курсу. Наступним етапом була підготовка сценарію, короткої, але змістовної сюжетної лінії, що відображала ключові факти та події. Студенти мали трансформувати суто історичну інформацію у форму цілісного візуально-текстового наративу, дотримуючись логіки побудови коміксу: чіткої структури кадрів, діалогів, коментарів, акцентів на найбільш значущих моментах.

Подальша робота передбачала візуальне оформлення матеріалу. Частина студентів обирала цифрове малювання, інші, колажний підхід, поєднання графіки та архівних фото, або стилізовану векторну графіку. Важливим елементом було дотримання принципів візуальної комунікації: чіткості, композиційної злагодженості, доречності образів та відповідності стилю змісту. Під час роботи студенти самотійно або в малих групах консультувалися з викладачем щодо фактологічної достовірності, точності термінології та коректності історичних інтерпретацій.

Створення коміксу стало інструментом поглибленого опрацювання історичного матеріалу. Студенти не лише відтворювали хронологію подій, а й переосмислювали причини, наслідки та контекст змін у журналістиці, що сприяло розвитку аналітичного мислення. Проект також активізував творчу діяльність, формував навички візуального сторітелінгу, медіадизайну й роботи з контентом у сучасних цифрових інструментах.

Досвід показав, що використання коміксу як навчального продукту істотно підвищує мотивацію студентів та сприяє кращому запам'ятовуванню матеріалу завдяки поєднанню історичного змісту й творчої візуалізації. Студенти відзначали, що такий підхід робить дослідження журналістської історії більш динамічним, доступним та



інтерактивним, а створення власного коміксу дає змогу відчувати себе не лише дослідником, а й медіатором. Підсумкові роботи були представлені на занятті у форматі мініпрезентацій, що дало можливість організувати обговорення різних ракурсів історичних подій та продемонструвати розмаїття інтерпретацій, зумовлених різними творчими підходами.

Таким чином, проєкт із розроблення коміксу в межах дисципліни «Історія журналістики» довів свою ефективність як інноваційний метод навчання, що поєднує дослідницьку, творчу та аналітичну діяльність, сприяючи глибшому розумінню історії журналістики та розвитку професійних компетентностей майбутніх фахівців медіагалузі.

У межах дослідження було створено власний гейміфікований навчальний продукт – інтелектуальну настільну гру «JournMan», побудовану на базових принципах відомої гри Alias, але доповнену професійним журналістським змістом та адаптовану під освітні потреби студентів спеціальності «Журналістика». Основою гри стали картки з термінами, фразеологією, сленгом і ключовими поняттями медіагалузі, що дозволяє учасникам засвоювати лексичний пласт професії у легкій, динамічній та інтерактивній формі.

Створення цього елемента передбачало повний цикл підготовки: від визначення цілей до добору ігрових механік і конструювання правил гри. Такий підхід дозволив інтегрувати розвагу та навчання в єдине цілісне середовище, де студенти підвищують свої компетентності, паралельно отримуючи емоційну взаємодію та позитивний навчальний досвід.

Концепція освітнього елемента ґрунтується на ідеї розвитку професійної мовної компетентності майбутніх журналістів через командну гру. Механіка пояснення слів без прямого називання



створює умови, у яких студенти змушені активно використовувати власні знання, асоціативне мислення, навички імпровізації та розуміння професійних термінів. Такий формат сприяє зміцненню лексичного запасу, пришвидшує процес актуалізації знань і робить навчання гнучким та емоційно забарвленим.

Концептуально «JournMan» поєднує два рівні взаємодії:

- комунікативний – студенти працюють у командах, що розвиває навички співпраці, взаєморозуміння та ефективної комунікації.
- когнітивний – гра примушує не лише згадувати, а й по-новому переосмислювати професійні поняття, створювати власні «мовні мости» для пояснення складних термінів.

Особливістю розробленого блоку є додаткові елементи, яких немає у класичному Alias: ігрове поле з умовами ускладнення, варіативні правила для складних слів, можливість отримання штрафних і бонусних балів. Це додає грі стратегічної глибини та сприяє підвищенню навчальної ефективності.

У процесі створення гейміфікованого освітнього елементу було важливо не лише адаптувати ігрову модель до змісту журналістських дисциплін, а й чітко окреслити педагогічні цілі, яких має досягти використання настільної гри «JournMan». Визначення навчальних цілей стало фундаментом для подальшої побудови ігрової логіки, добору карток, розроблення правил і впровадження механік, що забезпечують освітній ефект. Гра, створена на основі професійної термінології, має слугувати інструментом поглибленого засвоєння ключових понять та принципів журналістики, і саме тому її навчальні завдання були сформульовані так, щоб максимально сприяти розвитку тих



компетентностей, які є визначальними у професійній підготовці майбутніх журналістів.

Однією з головних цілей гейміфікованого елементу стало розширення та систематизація професійної лексики. Журналістська термінологія, включно зі сленговими словами, професійними жаргонізмами та англомовними запозиченнями, є важливим інструментом у роботі репортера чи редактора, адже дозволяє точніше описувати явища, процеси та специфіку роботи в медіасфері. Через гру студенти не лише знайомляться з цими поняттями, але й активно використовують їх у комунікації, що сприяє кращому запам'ятовуванню та осмисленню. Власне процес пояснення слів без можливості назвати їх прямо стимулює застосовувати асоціативне, логічне й аналітичне мислення, формувати альтернативні мовні конструкції, добирати синонімічні ряди та тренувати здатність «перекодовувати» інформацію ключову для журналістської діяльності.

Гейміфікаційний формат дозволяє досягти ще однієї важливої освітньої цілі – розвитку комунікативної взаємодії та навичок командної роботи. Пояснення термінів та їх відгадування відбувається в умовах колективного динамічного процесу, що формує здатність працювати в команді, слухати інших, швидко реагувати на репліки партнерів та узгоджувати спільну стратегію. Це сприяє професійному становленню студентів, адже журналістика як сфера діяльності є командною за своєю природою: вона потребує взаємодії між кореспондентами, редакторами, продюсерами та іншими учасниками медіавиробництва. Гра створює безпечний, але водночас змагальний простір, у якому ці навички формуються природно й ненав'язливо.



Серед інших педагогічних завдань слід виокремити формування навичок швидкого мислення та мобілізації знань у ситуаціях обмеженого часу. Часовий ліміт, характерний для гри за механікою Elias, моделює умови реальної медійної діяльності, коли журналісту необхідно в стислі терміни ухвалювати рішення, структурувати інформацію та подавати її лаконічно й точно. Таке тренування є безцінним для тих, хто готується працювати у сфері новин, репортажів чи публіцистики, де чіткість і темп відіграють ключову роль.

Важливим завданням гейміфікованого елементу є також підвищення мотивації студентів до навчання. Ігрова форма природно викликає зацікавлення, стимулює бажання перемагати, досягати проміжних цілей, долати складні терміни або покращувати командний результат. Таким чином формується внутрішня мотивація до вивчення журналістської термінології не через примус чи академічні вимоги, а завдяки емоційному залученню та змагальній природі гри. Зростає й рівень пізнавальної активності: учасники прагнуть запам'ятати нові слова, звертаються до словника-додатку, обговорюють значення термінів після гри, що розширює їх професійний кругозір.

Окремим завданням виступає формування толерантності до помилок та здатності аналізувати власні недоліки. Система штрафних балів не виконує каральної функції, а радше формує уважність, дисциплінованість та розуміння необхідності бути точним у професійному мовленні. Команди вчаться працювати з помилками конструктивно, обговорювати їх, з'ясовувати причини та уникати повторення в майбутньому. Це важливий компонент розвитку професійної відповідальності.



Таким чином, навчальні цілі та завдання гейміфікованого елементу «JournMan» охоплюють як когнітивний, так і соціально-комунікативний та мотиваційний компоненти підготовки майбутніх журналістів. Гра виступає не просто інструментом розваги чи активізації заняття, а повноцінним дидактичним механізмом, здатним комплексно впливати на формування професійних компетентностей студентів та поглиблювати їх розуміння медіасфери. Це робить її цінним елементом освітнього процесу та ефективним прикладом інтеграції гейміфікації в сучасну журналістську освіту.

Проте ефективне засвоєння змісту цієї дисципліни потребує не лише інтерактивних форм роботи, а й ґрунтовної систематизації теоретичного матеріалу та методологічних підходів до аналізу медіаконтенту. Саме тому паралельно з ігровою практикою було розроблено навчально-методичний посібник, який виконує роль структурованої основи курсу та забезпечує цілісне розуміння механізмів медіавпливу, критеріїв достовірності інформації та принципів фактчекінгу.

Посібник доповнює й поглиблює можливості застосування інтерактивних елементів, оскільки містить узагальнені теоретичні положення та докладні зразки аналітичної роботи з реальними медіаматеріалами. Якщо гра орієнтована насамперед на розвиток навичок через моделювання ситуацій і практичну взаємодію, то посібник забезпечує методологічне підґрунтя для усвідомленого, системного та доказового аналізу інформації. Комплексний підхід поєднання ігрової діяльності та структурованого аналітичного матеріалу дозволяє сформувати у студентів не лише інтерес, а й глибоке розуміння закономірностей функціонування сучасного медіапростору. У зв'язку з цим подальший підрозділ присвячений



характеристиці змістового наповнення, структури та освітнього потенціалу створеного навчально-методичного посібника.

Розроблений навчально-методичний посібник з дисциплін «Основи медіаграмотності» та «Фактчекінг» спрямований на формування у здобувачів освіти вмінь критично сприймати інформаційні матеріали, виявляти маніпулятивні впливи та здійснювати верифікацію даних у сучасному медіапросторі. Актуальність посібника зумовлена стрімким зростанням обсягів інформації, поширенням недостовірних повідомлень, гібридними загрозами та потребою суспільства у формуванні відповідальної та критично мислячої аудиторії.

Посібник містить різноманітні медіаприклади: новини, публікації з соціальних мереж, фотографії, інфографіку, меми, відеофрагменти та інші поширені формати цифрового контенту. Кожен з них супроводжується детальним аналізом із позицій медіаграмотності та фактчекінгу. У межах кожного прикладу визначено тип повідомлення, можливі ознаки маніпуляції, фактичні неточності, приховані смисли, емоційні тригери, порушення стандартів журналістики та етичні ризики. Підхід забезпечує системне розуміння того, як функціонує сучасний медіаконтент та якими способами він може впливати на аудиторію.

Структурно посібник поєднує теоретичний і практичний компоненти. Теоретична частина окреслює ключові поняття медіаграмотності, механізми поширення дезінформації, принципи перевірки фактів, типологію фейків та особливості роботи медіа під час війни. Практичний блок містить завдання на аналіз конкретних матеріалів, вправи на виявлення маніпуляцій, елементи гейміфікованого навчання та кейси, що відображають реальні ситуації з українського та міжнародного інформаційного простору.



Це забезпечує формування не лише знань, а й операційних навичок опрацювання медіа.

Зміст і структура посібника дозволяють ефективно використовувати його у різних моделях організації освітнього процесу. У класичному форматі посібник може бути використаний під час лекцій, семінарів та практичних занять як основний або допоміжний навчальний матеріал. Завдяки наявності готових прикладів і покрокового аналізу контенту викладач може демонструвати студентам різні форми маніпуляцій, організовувати колективні обговорення, вправи на порівняння, модерацію дискусій. Окремі завдання посібника можуть використовуватися як тренувальні вправи перед контрольними роботами або модульними оцінюваннями.

У форматі blended learning посібник може виконувати роль ядра теоретичного матеріалу, тоді як практичні вправи виконуються в онлайн-середовищі (Google Classroom, Moodle, Viber Communities тощо). Студенти мають можливість опрацьовувати матеріал самостійно, а в аудиторії аналізувати найскладніші випадки, проводити дебати, презентувати власні дослідження медіаконтенту. Підхід сприяє підвищенню автономності навчання та кращому засвоєнню практичного матеріалу.

У дистанційній освіті посібник є ключовим елементом курсу. Його структура дозволяє організовувати онлайн-семінари, інтерактивні практикуми, віртуальні вправи з аналізу повідомлень, а також використовувати його як основу для тестів, форумних обговорень чи відеолекцій. Наявність зрозумілих алгоритмів фактчекінгу дає змогу студентам виконувати завдання автономно, але з чітким дотриманням методології. Посібник адаптований до



самостійної роботи та містить матеріали, які легко перетворюються на онлайн-завдання.

Перспективи удосконалення розробленого навчально-методичного посібника безпосередньо пов'язані з подальшим розвитком цифрових технологій та динамікою сучасного інформаційного середовища. У найближчій перспективі особливо важливим є розширення можливостей для інтерактивної взаємодії з матеріалом, адже медіаграмотність як навчальна галузь потребує постійного оновлення контенту та адаптації до нових форматів і технологій виробництва інформації. Одним із ключових напрямів може стати створення спеціалізованої онлайн-платформи, яка міститиме електронну версію посібника, цифровий архів актуальних медіаприкладів, мультимедійні пояснення і додаткові матеріали. Такий ресурс дозволив би оперативно оновлювати контент, реагувати на появу нових інформаційних викликів та забезпечувати студентам доступ до сучасних прикладів маніпулятивних практик. Крім того, цифрова платформа могла б включати можливість коментування, колективного аналізу матеріалів та обговорення дискусійних кейсів, що значно розширило б потенціал посібника у позааудиторній роботі.

Не менш важливим вектором розвитку є поступове перетворення посібника на інтерактивний онлайн-курс, що включав би відеолекції, короткі методичні пояснення, покроковий аналіз нових медіаповідомлень, інструктивні матеріали щодо фактчекінгу, а також інструменти для самостійної перевірки отриманих знань. Таке поєднання теоретичного матеріалу з мультимедійним супроводом дозволило б студентам працювати у зручному темпі, а викладачам ефективніше інтегрувати матеріал у змішане або дистанційне навчання. Розширення цифрового



компоненту також сприятиме підвищенню мотивації студентів, адже можливість взаємодіяти з реальними прикладами, отримувати коментарі та зворотний зв'язок у режимі онлайн поглиблює практичний характер курсу.

Оскільки сучасний медіапростір надзвичайно мобільний і швидко змінюється, подальше вдосконалення посібника передбачає регулярне оновлення бази прикладів. Нові технології створення та поширення дезінформації, зокрема штучно згенеровані зображення, відео чи аудіо, вимагають постійного моніторингу та включення відповідних кейсів у навчальний матеріал. Важливо також залучати до вдосконалення посібника фахівців із медіаіндустрії: журналістів, фактчекерів, редакторів та експертів із цифрових комунікацій, які можуть надавати фахові коментарі, аналітичні пояснення та сучасні методики роботи з інформацією. Така співпраця дозволить зробити посібник більш практикоорієнтованим, релевантним і корисним для студентів, які готуються працювати в реальних умовах інформаційного суспільства.

Отже, перспективи удосконалення навчально-методичного посібника полягають у його поступовому перетворенні на комплексний інтерактивний освітній ресурс, який поєднуватиме текстові, мультимедійні та аналітичні матеріали, забезпечуючи студентам можливість всебічного вивчення механізмів функціонування сучасного медіапростору та формування навичок критичного аналізу інформації.



3.3. Порівняльний аналіз методик виявлення фейків: досвід StopFake, «Детектор медіа», «По той бік новин» та The Washington Post Fact Checker

У сучасних умовах стрімкого поширення інформації, коли новини, відео та пости в соціальних мережах миттєво охоплюють аудиторію по всьому світу, особливого значення набувають ресурси, діяльність яких зосереджена на виявленні, перевірці та спростуванні фейкової інформації. Такі проєкти не лише протистоять дезінформаційним кампаніям, а й виконують важливу просвітницьку функцію, допомагаючи громадянам орієнтуватися в інформаційному середовищі, виявляти ознаки маніпуляцій і відрізняти правдиві повідомлення від вигаданих або перекручених. У цьому підрозділі увагу буде зосереджено на аналізі методів роботи таких платформ, як StopFake, «Детектор медіа», «По той бік новин» і The Washington Post Fact Checker, що спеціалізуються на фактчекінгу та активно працюють над розвінчанням фейків і протидією інформаційним загрозам.

Однією з перших українських ініціатив, що поставили собі за мету викриття дезінформаційних наративів, поширюваних Російською Федерацією, став проєкт StopFake, заснований у 2014 році. Його створення було реакцією на хвилю інформаційних атак, що супроводжували початок війни проти України. Основна місія платформи полягала у викритті неправдивих повідомлень, маніпуляцій і відвертих фейків, які транслювалися через російські медіа та суміжні ресурси [68].

Цей проєкт виник на базі Могилянської школи журналістики, завдяки зусиллям викладачів, студентів і випускників Національного університету «Києво-Могилянська академія» [99]. Його засновники прагнули не лише очищати український



інформаційний простір від ворожих вкидів, але й формувати в аудиторії розуміння небезпеки маніпулятивного контенту. З моменту свого створення StopFake зібрав і задокументував сотні прикладів фейків, які активно використовуються у пропагандистській діяльності Кремля.

У 2022 році платформа отримала визнання на міжнародному рівні: Бібліотека Конгресу США включила StopFake до свого електронного архіву як історично важливе джерело, що документує розвиток російської пропаганди та її вплив на глобальний медіапростір. У поясненні до включення наголошується, що ресурс є унікальним цифровим свідченням, яке ретельно фіксує еволюцію методів дезінформації та інформаційного тиску.

Якщо спочатку команда StopFake зосереджувалась переважно на спростуванні окремих фейкових повідомлень, то з часом функціонал платформи значно розширився. Сьогодні StopFake працює як повноцінний аналітичний центр, що досліджує феномен російської пропаганди в усіх його виявах: від мови ворожнечі до візуальних маніпуляцій, від підміни історичних фактів до створення штучного політичного контексту. Команда ресурсу не тільки спростовує фейки, а й аналізує структуру наративів, інструменти їх поширення, цільову аудиторію та способи впливу.

У перші тижні після початку повномасштабної агресії Росії проти України проєкт StopFake перетворився на справжній інформаційний та консультаційний центр для населення. Багато громадян зверталися до редакції з повідомленнями про пересування ворожих військ, шукали поради щодо того, як реагувати на тривожні чи сумнівні дописи в соціальних мережах, а також просили рекомендації, як вести діалог з рідними, які перебувають під впливом російської пропаганди. Такий характер



звернень свідчив, з одного боку, про високий рівень емоційної напруги та розгубленості серед українців на початку вторгнення, а з іншого – про глибоку довіру до ресурсу, який уже тоді мав імідж перевіреного й надійного джерела.

За результатами дослідження медіаспоживання в Україні, проведеного за підтримки USAID/Internews, 18% українців регулярно користуються StopFake як платформою для перевірки інформації [99]. Це означає, що кожен шостий житель України довіряє цьому ресурсу, що свідчить про його високу легітимність та вагому репутацію в інформаційному просторі країни.

Від самого моменту свого створення команда StopFake активно працює над залученням аудиторії та пошуком ефективних механізмів взаємодії з нею. Однією з таких ініціатив стала можливість користувачам надсилати приклади підозрілих або відверто фейкових матеріалів – новин, відео, постів із проханням перевірити їх достовірність. У відповідь редакція публікує розгорнуті спростування та пояснення.

Важливу роль у побудові комунікації з аудиторією відіграють соціальні мережі, де StopFake має активну присутність. Водночас команда прагне виходити за межі лише цифрового середовища, тож запустила співпрацю з радіо- та телевізійними каналами. Мультимедійний контент, відеоролики та аналітичні сюжети створюється трьома мовами: українською, російською та англійською. Таким чином, StopFake забезпечує доступ до перевіреної інформації для різних цільових груп, не обмежуючись лише інтернет-аудиторією [99].

Ключовою особливістю діяльності StopFake є орієнтація виключно на факти та верифіковані дані. Усі висновки та аналітичні матеріали платформи базуються на перевірених інформації, яка



проходить кілька рівнів редагування й оцінки. Фінансування проєкту надходить від незалежних фондів, неурядових організацій та міжнародних донорських програм. Для збереження неупередженості та прозорості, StopFake дотримується чітко визначених редакційних стандартів, зокрема, незалежність у прийнятті рішень; відкритість щодо джерел фінансування; чітка методологія фактчекінгу; право на виправлення у разі помилки; достовірна верифікація кожного кейсу.

Для здійснення фактчекінгу журналісти StopFake користуються різноманітними джерелами інформації. Це можуть бути матеріали телевізійних і радіоефірів, статті на сайтах і в медіа – навіть тих, що не мають офіційної державної реєстрації, а також дописи в соціальних мережах – як від публічних осіб і медіаблогерів, так і від звичайних користувачів. Таким чином, StopFake охоплює широкий спектр інформаційного середовища, оперативно реагуючи на появу дезінформації незалежно від джерела її поширення.

Проєкт StopFake активно просуває культуру фактчекінгу не лише через власні аналітичні публікації, а й завдяки співпраці з іншими фактчекінговими ініціативами. На сайті ресурсу функціонує спеціальний розділ під назвою «Контекст», у якому розміщуються матеріали партнерських платформ та незалежних аналітиків. Метою цієї ініціативи є розширення кола джерел перевіреної інформації й заохочення читачів самостійно перевіряти факти, розвиваючи тим самим навігативні навички в інформаційному середовищі.

Проєкт «StopFake» пропонує покрокову методику перевірки інформації для журналістів-фактчекерів:



1. Спершу потрібно виділити у вибраному матеріалі твердження, що потребують перевірки, та обрати найефективніший спосіб верифікації.

2. Далі – пошук інформації у перевірених джерелах, щоб класифікувати вислів як достовірний, недостовірний, маніпулятивний або такий, що неможливо перевірити.

3. Отримані дані супроводжуються коментарем із поясненням доцільності перевірки та результатів.

4. Експерт проводить оцінку коментаря, перевіряє достовірність джерел і правильність класифікації.

5. Якщо висновки відповідають вимогам, виконується перехресна перевірка (перевірка внутрішньої логіки). Якщо ж коментар потребує доопрацювання, він коригується згідно з зауваженнями.

6. За потреби до оцінювання долучається зовнішній експерт.

7. Завершальним етапом є публікація перевірених даних із обов'язковим посиланням на джерела та експертів [69].

За словами експерта Олексія Набожняка з проєкту «StopFake», варто надавати перевагу максимально лаконічному візуальному представленню фактів: числа та дані доцільно зображати у вигляді простих діаграм або графіків – це допомагає краще зрозуміти суть викритої неправди. Якщо ж вислів виявився правдивим, про це також слід повідомити. Набожняк не підтримує ідею створення рейтингів за кількістю неправдивих заяв, оскільки для об'єктивності потрібна велика й репрезентативна вибірка. Також він наголошує на праві на відповідь – до особи чи організації, викритої у неправді, слід звернутись із запитом на коментар [66].



На Шостій щорічній конференції журналістів-розслідувачів «Журналістські розслідування в Україні і Європі», темі фактчекінгу та верифікації інформації була присвячена окрема секція. У ній взяли участь журналісти Громадського телебачення Швеції Йоахім Діфвермарк, Свен Бергман, а також Лейла Самджіч із проєкту OCCRP (Проєкт розслідування організованої злочинності та корупції) [63].

У ході обговорень було зазначено, що розслідувальні програми часто схиляються до подання конфлікту у вигляді протиставлення: критика фокусується на негативному персонажі, тоді як позитивна увага концентрується на жертві. Здебільшого не ставляться критичні запитання до людей на боці репортера, а подача історії має емоційно загострений характер. Через це «негативний герой» отримує обмежене представлення в сюжеті, а чинники, що могли б пояснити його дії, часто залишаються поза увагою. Подібну ситуацію пережила команда програми «Місія розслідувати», після чого генеральний директор ініціював зміни: журналісти мають не лише бути точними та об'єктивними, а й проявляти справедливість і людяність у викладенні історій.

У згаданій програмі «Місія розслідувати» шведські журналісти застосовують три ключові контрольні точки (чекпоінти) у процесі розслідування. Перший етап – початкова редакційна зустріч із командою та спеціальним учасником, так званим «адвокатом диявола», що не бере участі у створенні сюжету, але ретельно перевіряє кожен факт. Під час цієї наради аналізуються слабкі сторони історії, визначаються потенційні ризики, все фіксується письмово. Наступна зустріч відбувається в середині процесу. Тут знову оцінюються сумнівні місця та нові обставини з метою не приховати, а вбудувати їх у сюжет. Таким чином, роль «адвоката



диявола» у шведській практиці фактично збігається з функцією фактчекера [60].

Часто журналісти у процесі підготовки розслідувань шукають не стільки істину, скільки підтвердження вже сформованих гіпотез чи версій. У результаті можуть звучати факти, які самі по собі правдиві, але загальна картина викривлена. Щоб уникнути такого «тунельного бачення» й убезпечитись від помилкових висновків, важливо обговорювати ризики ще на початкових етапах роботи над проектом.

Шведські журналісти, зокрема Йоахім Діфвермарк і Свен Бергман, у своїй практиці намагаються підходити до тверджень критично: шукають альтернативні інтерпретації, звертаються до незалежних експертів, навіть якщо ті підтримують журналістську точку зору. При цьому ставлять під сумнів позицію жертви та не бояться задавати їй складні запитання. Такий підхід, навпаки, робить розслідування більш переконливим.

Важливо також не відкладати конфронтацію з фігурантами умовно «негативними героями». Досвідчені журналісти переконані: спілкування з ними ще на старті дозволяє зібрати вагоміші аргументи та побачити іншу сторону ситуації. Діфвермарк і Бергман зауважують, що всі цитати героїв надсилаються їм для погодження, разом із частинами сценарію, в яких містяться аргументи. Героям надається дедлайн для відповіді [40].

Остаточний етап роботи над розслідуванням це так звана line-by-line перевірка. Вона включає зустріч репортера, головного редактора та «адвоката диявола», де сценарій прочитується буквально по рядках. Кожне твердження аналізується: чи воно достатньо точне, чи не потребує пом'якшення або, навпаки,



посилення. Особливу увагу приділяють тому, чи матиме можливість сторона, проти якої ведеться розслідування, відповісти на закиди.

На цьому етапі фактчекінг досягає максимальної точності. Якщо йдеться про телепроект, потрібно перевірити не лише зміст, а й кожне зображення: чи є дозвіл на його використання, чи правильно позначена особа, чи відповідають дійсності титри, графіки та інфографіка. Це кропіткий процес, але його ігнорування може мати негативні наслідки. Навіть дрібна неточність може стати підставою для дискредитації всього матеріалу, адже об'єкт розслідування може заявити про «неправдивість усього сюжету», а не окремих його частин.

Експерти «StopFake» переконані, що боротьба з інформаційними міфами має стати невіддільною частиною редакційної культури українських медіа. Як зазначає Марго Гонтар, зростає кількість користувачів, які самі надсилають потенційно фейкову інформацію для перевірки. Така ініціатива свідчить про зростання критичного мислення в суспільстві: «Скептичне ставлення до новин – це позитивний сигнал. Якщо людям усе «розжовувати», їхнє мислення атрофується. Коли ж критичність стане нормою, інформаційне середовище почне очищуватися».

Своєю чергою, Володимир Кіпень, керівник Донецького інституту соціальних досліджень, зауважує: інформаційна війна є ключовим елементом гібридного конфлікту, який розв'язала Росія. Особливо це проявилось після 2014 року: медійна пропаганда, співпраця псевдожурналістів із бойовиками, роздування окремих тем для створення ілюзії значущості – все це інструменти інформаційного тиску. Проти цього необхідно вживати стратегічних заходів: як посилення законодавчого контролю над поширенням



фейків, так і формування стійкої інформаційної культури серед громадян [40].

StopFake послідовно дотримується чітко визначеної редакційної політики, яка базується на принципах об'єктивності, стислості й орієнтації на факти. Усі матеріали, що публікуються на платформі, повинні бути інформативними та вільними від емоційного забарвлення чи суб'єктивних оцінок.

У своїй щоденній роботі редакція користується визначеним підходом до підготовки спростувань фейків, що включає кілька основоположних етапів. Структурна чіткість. У вступній частині кожного матеріалу стисло окреслюється суть неправдивого повідомлення: хто його оприлюднив, коли та де це відбулося. Обов'язково додаються скріншоти або інші наочні докази, оскільки фейкові матеріали нерідко зникають після того, як стають об'єктом перевірки.

Фактологічна аргументація. Найефективнішим методом спростування є зіставлення недостовірного твердження з перевіреним фактом. Для цього використовуються фотографії, відео, статистичні дані та інші надійні джерела. У випадку цитування зацікавлених сторін редакція спершу перевіряє достовірність наданої інформації.

Робота з відеоконтентом. Якщо фейк стосується відео, воно додається в повному обсязі із зазначенням точного часу появи неправдивого твердження, що забезпечує прозорість спростування. Логічне обґрунтування. У ситуаціях, коли беззаперечних доказів немає, фейк спростовується шляхом логічного аналізу та демонстрації внутрішніх суперечностей у наведеній інформації.



Такий алгоритм дає змогу підтримувати високий рівень достовірності та неупередженості у публікаціях, що є основою довіри до ресурсу.

Що стосується методів роботи StopFake, то їх можна поділити на кілька ключових напрямів. Постійний моніторинг джерел. Команда StopFake регулярно аналізує новинні вебсайти, соціальні мережі, телеграм-канали, а також офіційні заяви державних структур. Особливу увагу звертають на наративи, що систематично повторюються та містять дезінформацію щодо війни, дій української влади, позицій міжнародних партнерів та загального стану в країні.

Фактчекінг на основі перевірених джерел. Для верифікації інформації використовуються офіційні документи, аналітичні звіти, публікації міжнародних організацій та коментарі авторитетних експертів. Це дає змогу викривати маніпуляції шляхом порівняння тверджень із фактами. Застосування цифрових інструментів. StopFake активно впроваджує технології аналізу зображень та відео, включаючи зворотний пошук, який дозволяє встановити справжнє джерело медіафайлу, дату його появи та контекст використання. Таким чином виявляються повторне використання старих знімків або їхня модифікація для створення нових фейкових повідомлень. Публікація з роз'ясненням. Кожне спростування супроводжується докладним поясненням, як саме було ідентифіковано фейк. Крім того, платформа ділиться практичними порадами, які допомагають користувачам навчитися самостійно розпізнавати ознаки маніпулятивного контенту.

Важливим стратегічним напрямом роботи StopFake є вихід на міжнародну аудиторію. З метою розширення географії впливу ресурс адаптує свій контент 14 мовами, серед яких українська,



англійська, російська, польська, німецька, французька, італійська, турецька, болгарська та інші [54]. Така мультимовна доступність дозволяє не лише боротися з фейками всередині країни, а й інформувати іноземну аудиторію про механізми російської пропаганди.

У діяльності фактчекінгових платформ неможливо повністю уникнути помилок, однак це не повинно призводити до страху перед відповідальністю або її уникнення. Щоб забезпечити ефективну комунікацію з аудиторією щодо виправлень чи суперечливих моментів, платформа StopFake розробила та запровадила політику корекцій. Завдяки їй кожен користувач, який володіє новими фактами, може впливати на зміст публікацій. Такий формат взаємодії не лише зміцнює зв'язок з читачами, а й сприяє залученню нової інформації з боку громадськості, що в підсумку підвищує довіру до ресурсу. В умовах інформаційних загроз і дезінформації ця довіра виступає ключовим фактором стабільності.

Центр медіааналітики «Детектор медіа» це українська організація, що займається не тільки викриттям фейків, а й здійснює системний аналіз українського медіапростору, розвиває медіакритику та підтримує ініціативи з підвищення медіаграмотності населення. Цей ресурс оперативно надає перевірену інформацію про події як в українських, так і в зарубіжних медіа. Його головною метою є зміцнення здатності громадян критично оцінювати інформацію й ефективно протистояти маніпуляціям, особливо в умовах інформаційної війни, яку веде Росія.

Окрім цього, «Детектор медіа» у своїй редакційній діяльності підтримує незалежне суспільне мовлення, просуває медіареформи, виявляє зловживання в сфері медіа та виступає проти використання



медіа як інструментів пропаганди. Політика ресурсу визначається керівництвом громадської організації-засновниці та орієнтується на потреби аудиторії й суспільні цінності. Команда дотримується стандартів журналістики, працює автономно, не допускаючи зовнішнього тиску. Проект фінансується благодійними структурами, які не впливають на зміст матеріалів чи редакційну політику. Матеріали інших авторів використовуються лише за згодою, із зазначенням першоджерел, а фото- та відеоконтент супроводжується відповідними посиланнями. Якщо правовласник звертається з проханням про видалення, це питання вирішується оперативно. Наявність посилань на оригінальні джерела в публікаціях засвідчує достовірність інформації та підтверджує її фактологічну обґрунтованість.

Розглянемо детальніше методи роботи «Детектор медіа». Контекстуальний аналіз поданої інформації. «Детектор медіа» приділяє значну увагу тому, як саме подається новина, які асоціації вона викликає у споживача, і наскільки відповідає журналістським стандартам. Такий підхід дозволяє виявляти приховані маніпуляції та інформаційний вплив. Одним із прикладів цього методу є ініціатива *NewsBoard* – інтерактивний інструмент для моніторингу якості новинного контенту на українському телебаченні. Він аналізує теми, що домінують у вечірніх випусках, оцінює дотримання журналістських стандартів і виявляє випадки замовних матеріалів, створених на користь політичних, бізнесових або олігархічних структур.

Дослідження медіатрендів та наративів. Редакція систематично відстежує поточні тенденції в інформаційному середовищі, визначаючи, які теми та фейки найчастіше з'являються



в медіа. Такий моніторинг дає змогу прогнозувати ймовірні інформаційні атаки й вчасно реагувати на дезінформацію.

Освітня діяльність та підвищення медіаграмотності. Окрім перевірки фактів, «Детектор медіа» активно займається навчанням громадськості: проводить тренінги, публікує методичні матеріали та посібники з медіаграмотності, допомагаючи громадянам критично мислити та орієнтуватися в інформаційному просторі.

Один із важливих етичних принципів у роботі редакції – дотримання правила *off the record*. Воно означає, що журналісти не мають права оприлюднювати інформацію, отриману неофіційно, без попередньої перевірки, якщо немає згоди від джерела. Лише після підтвердження даних з інших незалежних джерел така інформація може бути використана. Якщо бодай одна зі сторін – журналіст або інформатор – не погоджується на ці умови, матеріал публікується у звичайному форматі або взагалі не потрапляє в ефір.

Після початку повномасштабного вторгнення Росії команда «Детектор медіа» запустила подкаст з промовистою назвою «Русскій фейк, іді на*!»**, спрямований на навчання слухачів виявляти дезінформацію, розуміти механізми пропаганди та маніпуляцій. Як зазначають автори, здатність впізнавати фейки є важливою зброєю в інформаційній війні.

Також команда публікує спростування фальшивих повідомлень, що поширюються російськими медіа, та обговорює їх у прямому ефірі «Українського радіо» в межах інформаційного марафону, який триває під час воєнного стану.

Інший помітний проєкт «По той бік новин», спрямований на викриття фейкових новин і дезінформації, зокрема в соціальних мережах. Завдяки простій мові та формату, зрозумілому широкому загалу, зокрема молоді, проєкт здобув широку популярність.



Засновниця Альона Романюк підкреслює: головна ідея полягала в тому, щоб спростування фейків були такими ж простими й доступними, як і самі фейки.

Однак досвід перших днів роботи засвідчив: не лише пересічні громадяни, а й професійні журналісти часто не перевіряють інформацію належним чином. Як наголошувала Романюк, фейки «лежать на поверхні», тоді як правда вимагає пошуку та зусиль, на які мало хто готовий.

Підходи та інструменти, що застосовуються у проєкті «По той бік новин». Оперативний моніторинг соціальних мереж. Команда «По той бік новин» здійснює постійне відстеження інформаційного потоку в соціальних мережах і месенджерах, зокрема Facebook, Instagram та Telegram. Оскільки саме ці платформи є осередками найшвидшого поширення фейкових новин, швидка реакція на виявлені повідомлення дозволяє ефективно запобігати дезінформації. Основною тематикою для перевірки стають чутки, лякалки, побутові вигадки та емоційно заряджені повідомлення. Фактчекери виокремлюють сумнівні твердження, визначають найефективніший метод верифікації та оперативно здійснюють перевірку.

Використання візуальних та інтерактивних форматів. Для того, щоб зробити інформацію максимально зрозумілою широкій аудиторії, ресурс активно застосовує зображення, короткі відеоролики, інфографіку. Такий підхід значно полегшує сприйняття складних тем і сприяє поширенню правдивої інформації серед користувачів, особливо молоді.

Розпізнавання маніпулятивних заголовків. Одним із поширених засобів дезінформації є використання гучних і провокаційних заголовків. Аналітики проєкту вивчають такі



заголовки в публікаціях і відео, щоб виявити ознаки спекуляції або емоційного тиску на читача. Завдяки цьому користувачі вчаться відрізняти достовірні джерела від маніпулятивних.

Застосування інструментів перевірки фактів. Для глибокого аналізу контенту команда використовує сучасні цифрові інструменти. Серед них:

- TinEye і Google Reverse Image Search – для перевірки справжності зображень;
- InVID та YouTube DataViewer – для аналізу відео та перевірки метаданих;
- Google Advanced Search – для точного пошуку інформації за ключовими словами, датами чи доменами;
- ExifTool і FotoForensics – для аналізу метаданих файлів і виявлення редагувань у зображеннях та відео.

Ці інструменти дозволяють точно встановити походження контенту та ступінь його достовірності.

Публікація аналітичних і просвітницьких матеріалів. Окрему увагу приділяють створенню пояснювальних статей, у яких розкриваються типові механізми дезінформації, наводяться приклади поширених фейків і подаються рекомендації щодо медіагігієни.

Також важливим елементом роботи є залучення аудиторії до процесу фактчекінгу. Користувачі можуть надсилати сумнівні матеріали через Facebook-сторінку проєкту. Значна кількість фактчекерських публікацій виникає саме на основі звернень читачів. У багатьох випадках підозри виявляються обґрунтованими, а інформація неправдивою.

Засновниця ініціативи, журналістка та експертка з комунікацій Альона Романюк також реалізувала окремий проєкт



«НотаЄнота», спрямований на популяризацію інформаційної гігієни. Цей проєкт представляє інтерактивні освітні ігри, які допомагають користувачам розпізнавати маніпуляції, краще орієнтуватися в медіапросторі та формувати навички критичного мислення. За словами авторки, головна мета навчити розрізняти правду та вигадку в епоху надлишку інформації доступно, цікаво й ефективно.

Washington Post Fact Checker – одна з провідних англомовних ініціатив у сфері перевірки фактів, яка спеціалізується на виявленні фейків та маніпуляцій у медіа як у США, так і за межами країни. Видання дотримується високих стандартів достовірності та є авторитетним джерелом для широкої американської та міжнародної аудиторії.

Розглянемо детальніше основні методи роботи платформи. Глибокий аналіз заяв публічних осіб. Журналісти проєкту систематично перевіряють заяви політичних лідерів, аби з'ясувати, наскільки ті відповідають дійсності. У разі виявлення маніпуляцій чи неправдивих тверджень публікуються детальні пояснювальні матеріали.

Оцінювання за шкалою «Піноккіо». Після верифікації фактів твердження отримують оцінку за унікальною шкалою, заснованою на образі Піноккіо. Одне «Pinocchio» означає незначне перебільшення, тоді як чотири символізують повністю вигадану або брехливу інформацію. Для абсолютно достовірних тверджень використовується позначка «Геппетто» – символ чесності та точності.

Редакція спирається на офіційні документи, дослідження, звіти, законодавчі акти та коментарі спеціалістів у відповідній



галузі, щоб надати найбільш обґрунтовану й незалежну оцінку фактів.

Fact Checker також виконує просвітницьку місію, публікуючи матеріали, які знайомлять читачів із методиками розпізнавання фейків, пояснюють логіку фактчекінгу та вчать критично сприймати інформацію. У разі появи нових доказів редакція має змогу оновити попередні оцінки, забезпечуючи динамічність та об'єктивність висвітлення.

Одним із прикладів роботи платформи є спростування висловлювань американського медійника Такера Карлсона, в яких він поставив під сумнів демократичність української держави, повторивши риторичку, близьку до наративів Кремля. Він, зокрема, заявив, що Україна не є демократією, оскільки «переслідує опозицію» і «закриває незалежні медіа», назвавши її «державою-клієнтом» США. У відповідь журналісти *Washington Post* зазначили, що подібні твердження не відповідають дійсності. Вони наголосили, що Україна є молодою, але функціонуючою демократією, яка стикається з серйозними викликами, передусім через російську агресію. Вони підкріпили свою позицію описом української системи влади: всенародно обраний президент, парламент зі змішаною виборчою системою, незалежна судова влада та призначення прем'єр-міністра через парламентську більшість.

Український фактчекінговий проєкт «FactCheck» (нині відомий як «БезБрехні») реалізує власну практику перевірки інформації, спираючись на унікальні підходи, що поєднують як базові принципи фактчекінгу, так і методології провідних міжнародних ініціатив. Досвід таких авторитетних платформ, як американський *PolitiFact* та грузинський *Factcheck.ge*, став орієнтиром для українських експертів у формуванні ефективних



інструментів аналітики й верифікації. Команда «БезБрехні» щоденно проводить моніторинг публічних заяв посадовців та впливових осіб у політичному, громадському та інформаційному середовищі.

Для забезпечення якісного аналізу використовуються стенограми засідань Верховної Ради, уряду, офіційні ресурси адміністрацій, профілі в соціальних мережах, матеріали ток-шоу, брифінгів, інтерв'ю, публікації в медіа. Увага зосереджена на тих висловлюваннях, які стосуються важливих для суспільства тем. Об'єктами аналізу стають заяви вищих посадових осіб: Президента, Прем'єр-міністра, міністрів, депутатів, а також інших представників органів влади й громадського сектору.

Основний принцип роботи полягає у використанні тільки відкритих і задокументованих джерел: офіційні виступи, заяви під час парламентських засідань, інтерв'ю, пости в соцмережах, публікації в медіа тощо. До перевірки беруться лише ті твердження, які містять факт, тобто інформацію, що може бути підтверджена або спростована. Припущення, прогнози або особисті оцінки не розглядаються як об'єкт фактчекінгу. Результати досліджень публікуються у форматі стислих аналітичних статей, адаптованих для широкої читацької аудиторії [58].

Окрему увагу команда приділяє розмежуванню фактів та так званих фактоїдів. Під фактом розуміється перевірене і підтверджене свідчення події чи обставини. Незалежно від того, як його інтерпретують різні люди, сам факт повинен залишатися незаперечним і задокументованим. Викривлення фактів – це порушення журналістських стандартів, що завдає шкоди як об'єктивності, так і довірі до медіа. Особливо небезпечними є



випадки навмисної маніпуляції фактами з метою впливу на громадську думку.

Фактоїди – це вигадані або неперевірені твердження, які завдяки масовому поширенню у медіа або соцмережах починають сприйматися як істина. Хоча їхній зміст може не відповідати дійсності, сам ефект від їх поширення має реальні наслідки: вони впливають на уявлення людей про події, формують стереотипи та можуть викликати конкретні дії. Часто такі повідомлення не піддаються критичному аналізу, особливо коли подаються в авторитетному форматі, наприклад, із вуст ведучого популярного шоу. У результаті навіть вигадана інформація починає відігравати роль у формуванні суспільного світогляду.

Саме таким чином відбувається легітимація вигаданих або маніпулятивних наративів у масовій свідомості. Вони подаються як нібито підтверджені факти, що вбудовуються в інформаційний простір і спотворюють реальність. Цим активно користуються учасники інформаційних війн: пропагандисти, боти, тролі та інші суб'єкти маніпуляцій.

Окрім традиційного формату перевірки інформації у вигляді «fact-check» статей, команда експертів розробила формат *CheckQuiz* – це стислі аналітичні повідомлення, що оперативно аналізують висловлювання політиків і публічних осіб. У таких матеріалах твердження оцінюються за принципом блискавичного аналізу, без необхідності у глибокому розкритті контексту чи довгих поясненнях.

Кожен з розглянутих ресурсів – StopFake, «Детектор медіа», «По той бік новин» та *Washington Post Fact Checker*, використовує власні інструменти для боротьби з дезінформацією, адаптовані до особливостей своєї аудиторії та інформаційного середовища. Їхня



діяльність включає аналіз медіатрендів, перевірку першоджерел, контент-аналіз, освітні ініціативи та технологічні інструменти фактчекінгу.

Об'єднуючим фактором є прагнення сформувати надійний бар'єр проти поширення фейків, підвищити рівень критичного мислення та сприяти стійкості демократичних суспільств до інформаційного впливу. Усі ці платформи, працюючи на перетині медіа, освіти та громадської активності, створюють міцну лінію оборони на інформаційному фронті.

3.4. Використання штучного інтелекту для виявлення фейків і протидії дезінформації під час війни

Дезінформація здавна відіграє ключову роль у стратегіях ведення війни. На відміну від традиційного озброєння, яке має обмежену сферу дії, неправдива інформація може поширюватися глобально, охоплюючи навіть найвіддаленіші регіони. Зі стрімким розвитком Інтернету маніпулятивні повідомлення стали одним із потужних інструментів сучасного гібридного протистояння. Особливо небезпечною є поява фейкових новин, створених із використанням штучного інтелекту (ШІ), які мають потенціал впливати на перебіг збройного конфлікту.

У зв'язку з цим виникає потреба у застосуванні ШІ не лише як інструменту створення контенту, а й як засобу його перевірки. Вже існують спеціалізовані алгоритми та програмні рішення, здатні виявляти ознаки фейків, класифікувати маніпулятивний контент та сприяти очищенню інформаційного простору. Особливо важливим це стало в контексті війни між Росією та Україною, коли



проросійські медіа активно поширюють дезінформацію як для внутрішньої аудиторії, так і для міжнародної спільноти. Створюючи фальшиві новини, фото та відео, вони намагаються сформувати хибну картину подій, наприклад, представляючи військове вторгнення як «порятунок» українців. У таких умовах ШІ стає незамінним інструментом для оперативного викриття неправди та поширення достовірних фактів.

У добу цифрової трансформації технології штучного інтелекту активно інтегруються в сферу медіа, охоплюючи як процес створення, так і перевірки контенту. ШІ дедалі частіше використовується для автоматизованого написання статей, аналітики, збору інформації та оптимізації інформаційних потоків, що дозволяє суттєво знизити витрати часу та ресурсів. На рисунку 1 зображено прогнозовану динаміку розвитку ШІ в медіасекторі, що свідчить про зростання ролі цієї технології у формуванні інформаційного середовища майбутнього.

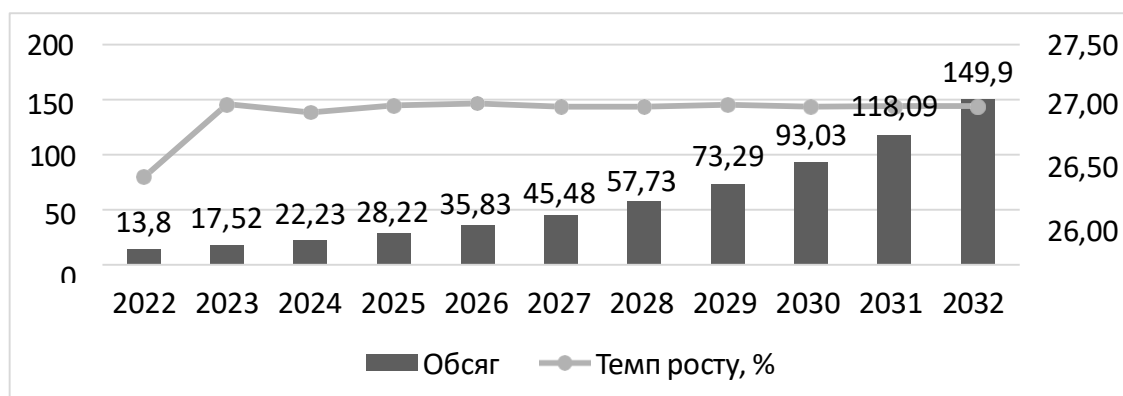


Рис. 1. Прогнозна динаміка використання ШІ на ринку медіа та розваг в період 2022-2032 рр., млрд. дол. США [36].

Таким чином, рисунок 1 ілюструє тенденцію стрімкого зростання впровадження технологій штучного інтелекту: з 13,8 мільярдів доларів США у 2022 році до прогнозованих 149,9 мільярдів доларів упродовж наступного десятиліття. Це свідчить



про вагомий потенціал ШІ на ринку медіа, зокрема у досягненні довгострокових стратегічних цілей [36].

Однією з форм, у яких штучний інтелект може забезпечити конкурентну перевагу, на жаль, і в негативному сенсі, є його залучення до створення й поширення дезінформації.

Найбільша частка використання ШІ припадає на галузі продажів і маркетингу (25%) та розробки відеоігор (також 25%). Водночас, сегмент, пов'язаний із виявленням дезінформації, становить 6% і хоча ця частка здається незначною у порівнянні з іншими, вона має велику вагу з огляду на сучасні інформаційні виклики. З кожним роком зростає потреба у розпізнаванні неправдивого контенту, щоб запобігти введенню громадськості в оману та стримати поширення фейкових новин.

Застосування дезінформації з політичною метою не нове явище, однак у контексті воєнного конфлікту її вплив значно посилюється. Такий контент набуває форм візуально переконливої пропаганди, здатної викривлювати громадське сприйняття, сіяти недовіру та підривати стабільність. Це перетворює інформаційний простір на поле битви, де ключовими ресурсами стають не тільки дані, а й свідомість людей [39]

Упродовж 1980–1990-х років, із появою нових інформаційних технологій, сформувалася глобальна інформаційна інфраструктура, яка дала початок принципово новому явищу кіберпростору. Цей простір радикально змінив уявлення про знання та його структуру: розмитими стали межі між публічним і приватним, між особистим досвідом і суспільною свідомістю, між достовірною інформацією та дезінформацією, між правдою й маніпуляцією [77].

Сьогодні, через десятиліття після цих трансформацій, людство зіткнулося з потужними системами штучного інтелекту



програмами, алгоритмами, пристроями, які здатні імітувати елементи людського навчання. Такі технології все ширше застосовуються не лише в економіці чи побуті, але й у сфері гібридних загроз: у розробці інформаційних операцій, персоналізованому впливі через маркетинг та в автоматизованому створенні маніпулятивного контенту.

Завдяки можливостям ШІ учасники сучасних конфліктів можуть діяти без відкритої ідентифікації, адаптуючи свій вплив до цільової аудиторії, поширюючи дезінформацію в реальному часі. Це становить серйозний виклик як для національної, так і для глобальної безпеки [31]. У цьому контексті надзвичайно важливими стають здатність швидко виявляти загрози, оперативно реагувати на них та розробляти превентивні стратегії цифрового захисту.

Застосування технологій штучного інтелекту у воєнних умовах, включно з ризиками, що стосуються інформаційної безпеки, соціальної стабільності та міжнародної довіри має певні наслідки. Зокрема, сприяє посиленню поляризації суспільства. Цілеспрямоване поширення дезінформації за допомогою штучного інтелекту поглиблює існуючі соціальні розбіжності та поляризує громадську думку. Використання ШІ зменшує довіру до інституцій. Гібридні актори використовують штучний інтелект для поширення дезінформації про державні установи, медіа та інші органи влади, підриваючи довіру суспільства і створюючи атмосферу недовіри та підозрілості. Використовуючи ШІ виникають труднощі у відділенні брехні від правди. Переконливість і витонченість неправдивої інформації, що генерується ШІ, ускладнюють громадянам можливість відрізнити правдиву інформацію від неправдивої. Виникає також загроза для демократії, прав людини і глобальної безпеки. Недостатнє регулювання кіберпростору, відсутність



прозорості в роботі алгоритмів та етичні дилеми, пов'язані зі штучним інтелектом, ще більше посилюють занепокоєння щодо його зловживань в цілях національної безпеки [37].

Застосування дезінформації як інструменту впливу на громадську думку давно стало звичною складовою сучасних збройних конфліктів. Особливо яскраво це проявляється у контексті російсько-української війни, що заслуговує на глибше аналітичне вивчення.

Російська Федерація, добре усвідомлюючи потужність інформаційної зброї, активно використовує дезінформаційні кампанії у війні проти України. Значна частина такого контенту створюється або поширюється з використанням технологій штучного інтелекту, що дозволяє масштабувати вплив і ускладнює верифікацію джерел. З перших днів повномасштабного вторгнення РФ активно розповсюджувала маніпулятивні повідомлення з метою підготовки інформаційного середовища, яке б виправдало агресію в очах як внутрішньої, так і зовнішньої аудиторії.

Одним із поширених наративів російської пропаганди стало твердження про нібито існування на території України біологічних лабораторій, фінансованих США, у яких нібито розробляється біологічна зброя. Проте на сьогодні не існує жодних підтверджених доказів, які б засвідчували правдивість цього твердження [34]. Подібні фейки спрямовані на формування образу «загрози» з боку України, що, в риторичі агресора, має виправдати її дії.

Окрім дезінформаційних повідомлень, що активно поширюються в публічному просторі з метою маніпуляції громадською думкою, Російська Федерація все частіше вдається до використання технологій штучного інтелекту для створення фальшивих наративів. Одним із інструментів таких інформаційних



впливів є мережі ботів, що керуються за допомогою алгоритмів ШІ і створюють фіктивні акаунти в соціальних мережах.

Згідно з інформацією, оприлюдненою виданням *Bloomberg*, Росія реалізовує програму, профінансовану ФСБ, метою якої є формування та використання бот-мереж для поширення пропаганди через фальшиві акаунти, що маскуються під американських громадян. У межах цього проєкту було створено близько тисячі таких профілів у соціальних мережах, які поширювали дезінформаційний контент нібито «від імені» жителів США [36]. Наразі подібні дії ще можна виявити завдяки типовим ознакам і шаблонам, однак зі зростанням складності технологій виявлення таких маніпуляцій стає дедалі складнішим.

Попри позитивні аспекти технологічного прогресу, він несе в собі ризики, пов'язані з домінуванням алгоритмів і цифрових систем над соціальними процесами. Щоб уникнути цього, надзвичайно важливим є паралельний розвиток як цифрових технологій, так і суспільства. Інакше існує загроза втрати контролю над цифровим середовищем і перетворення людини на об'єкт зовнішнього цифрового впливу. Саме тому виникає нагальна потреба у формуванні національного цифрового суверенітету, у створенні механізмів управління даними, їхнього збереження та етичного використання в межах загального цифрового простору.

Протидія дезінформації, створеній із використанням штучного інтелекту, вимагає стратегічного підходу, що включає як оперативні, так і довготривалі заходи.

До короткострокових дій можна віднести швидке виявлення та виправлення фейкових повідомлень у публічному інформаційному полі. У цьому процесі ШІ може бути використаний для



автоматизованого фактчекінгу – перевірки заяв на предмет достовірності.

Довгострокові стратегії, своєю чергою, передбачають інвестиції в розвиток критичного мислення, підвищення рівня медіа- та інформаційної грамотності населення. І в цьому напрямі штучний інтелект також може відігравати роль шляхом створення освітніх платформ, персоналізованих навчальних програм, симуляцій та інтерактивних тренінгів.

Формування високого рівня медіаграмотності серед громадян дає змогу розвинути здатність аналізувати, оцінювати та передавати інформацію в різноманітних формах. Водночас це не є виключно особистою відповідальністю кожного у боротьбі з дезінформацією, ключову роль повинна відігравати держава. Саме вона має забезпечити фінансування інноваційних технологій, спрямованих на захист інформаційного простору від маніпуляцій та фальсифікацій [37].

Штучний інтелект відкриває перед людством як нові перспективи, так і певні виклики. Попри це, його значення у протидії дезінформації та навмисному поширенню фейкових матеріалів є беззаперечним. Системи ШІ виступають потужним інструментом у сфері національної безпеки: вони здатні виявляти маніпулятивний контент, покращувати моніторинг інформаційного простору, оперативно реагувати на кіберзагрози та зміцнювати оборонні спроможності завдяки високій точності й швидкості аналізу. [39]

Аналіз даних свідчить про те, що найбільш вразливими до кібератак є сектори критичної інфраструктури. Це становить серйозну загрозу для національної безпеки держав і підкреслює необхідність впровадження штучного інтелекту для захисту



інформації, розміщеної в об'єктах, які найчастіше стають мішенню кіберзлочинців.

Можна прослідкувати динаміку збитків від кібератак за останні два десятиліття: у 2002 році втрати становили 44 тисячі доларів, тоді як у 2022 році ця сума сягнула 5,2 мільярда доларів. Така статистика засвідчує стрімке зростання масштабів кіберзагроз і розширення діяльності кібертерористів на глобальному рівні.

Науковці виділяють категорії інформації, яка є найбільш привабливою для зловмисників. До неї належать, зокрема, дані про стратегічні плани компаній, інформація про членів керівництва та фінансові показники. Швидке зростання кіберзлочинності підсилює потребу в застосуванні інструментів штучного інтелекту як для запобігання атакам, так і для ідентифікації та виявлення зловмисників через сучасні засоби інформаційного пошуку.

Розробка таких систем має базуватися на принципах прозорості, відповідальності та справедливості, щоб гарантувати захист суспільства не лише від дезінформації, але й від викрадення даних та їх використання в терористичних цілях. Є низка інструментів штучного інтелекту, розроблених для боротьби з дезінформацією. The Factual – розширення для браузера Chrome та онлайн-платформа, яка щодня аналізує понад 10 000 новин, оцінюючи їхню достовірність на основі надійності джерел, репутації автора та кількості підтверджувальних фактів. Check by Meedan, платформа, яка інтегрується з WhatsApp і Facebook, даючи змогу користувачам передавати приклади дезінформації для перевірки. Особливо активно використовується в регіонах Африки, Індії та Бразилії. Logically – обільний застосунок та браузерне розширення, яке перевіряє тексти та зображення в реальному часі, використовуючи ШІ та моніторинг понад мільйона веб-сайтів і



соціальних мереж. Full Fact – британська організація, яка створює інструменти на основі ШІ для допомоги фактчекерам у визначенні пріоритетних тем для перевірки, а також виявлення навмисного повторення неправдивої інформації. Fabula AI, стартап, що спеціалізується на виявленні фейкових новин через аналіз моделей їхнього поширення, відрізняючи їх від достовірного контенту за характерними цифровими слідами. Grover – потужна модель ШІ, здатна не лише генерувати, але й розпізнавати фейкові новини, зокрема ті, що були створені іншими штучними системами.

Розвиток технологій штучного інтелекту відбувся стрімко й масштабно, що вимагає впровадження сучасних методів боротьби з дезінформацією, заснованих саме на можливостях ШІ. Завдяки своїй здатності до швидкої обробки великих обсягів інформації, штучний інтелект може не лише ефективно виявляти фейковий контент, але й аналізувати власні алгоритмічно створені матеріали на предмет достовірності.

Після аналізу застосування штучного інтелекту у створенні та протидії дезінформації, зокрема в умовах війни в Україні, можна зробити висновок: ШІ здатен бути як інструментом ведення інформаційної боротьби, так і засобом досягнення миру. Головну роль відіграє людина, адже саме її наміри визначають, яким чином буде використано цей потужний інструмент. Технологія сама по собі є нейтральною – вона набуває цінності або загрози лише через людське втручання.

Міжнародна спільнота повинна докласти зусиль для формування чітких етичних засад у сфері розвитку та застосування ШІ. Це дозволить направити його потенціал на забезпечення безпеки, стабільності та мирного співіснування між державами.



3.5. Перспективи впровадження гейміфікації та цифрових інструментів фактчекінгу у журналістській освіті

Попри очевидну ефективність гейміфікації як методу активізації навчального процесу та підвищення мотивації студентів, масштабування цього підходу на рівні всієї освітньої програми супроводжується низкою труднощів, які потребують системного аналізу. Розроблення і впровадження гейміфікованих елементів, зокрема настільної гри «JournMan», показали як сильні сторони методу, так і ті обмеження, що можуть вплинути на його подальше розширення у рамках факультету чи університету.

Однією зі значущих труднощів є ресурсність процесу, адже створення гейміфікованого освітнього продукту вимагає значних часових, організаційних та інтелектуальних зусиль. Підготовка професійно орієнтованих карток, редагування термінологічних матеріалів, дизайн ігрового поля, розроблення правил та тестування гри потребують залучення кількох фахівців: викладачів, дизайнерів, редакторів тощо. Масштабування підходу на інші дисципліни потребуватиме аналогічних вкладень, що може бути складно забезпечити у межах стандартного навчального навантаження викладачів.

Проблемою є також неоднорідність аудиторій, адже студенти різних курсів та різного рівня підготовки мають різний обсяг фонових знань, мовних компетентностей і професійного досвіду. Ігри, створені для першокурсників, можуть виявитися занадто простими для старших студентів, і навпаки, складні гейміфіковані продукти для магістратури будуть надмірно перевантаженими для молодших груп. Масштабування вимагатиме розроблення кількох рівнів складності або адаптивних модулів.



Ще одна складність пов'язана з методичною підготовленістю викладачів. Не всі педагоги мають досвід використання гейміфікації, вміють ефективно модерувати ігрові процеси або інтегрувати ігрові завдання у структуру заняття. Нерідко виникає ризик, коли гра стає ізольованим елементом, що не має чіткої прив'язки до навчальних результатів, або використовується як розважальна активність без освітньої цінності. Тому масштабування вимагатиме не лише розроблення нових ігрових матеріалів, а й проведення тренінгів, методичних семінарів та обміну досвідом між викладачами.

Окремо слід виділити організаційно-технічні труднощі, зокрема потребу у матеріальному забезпеченні: друк ігрових комплектів, наявність технічних ресурсів для інтерактивних застосунків, облаштування простору для командної гри. У великих академічних групах або при дистанційному форматі це може бути проблематичним. Тому для ефективного масштабування слід розробляти як фізичні, так і цифрові версії ігор, адаптовані для онлайн-середовища.

Нарешті, виклик становить оцінювання результативності гейміфікованого навчання. Традиційні методи контролю знань не завжди коректно відображають ефект від ігрової активності, яка здебільшого спрямована на розвиток м'яких навичок, комунікації, креативності та швидкості мислення. Це вимагає розроблення нових критеріїв і методик оцінювання, які враховуватимуть специфіку гейміфікованих форматів.

Для подолання зазначених труднощів доцільно запропонувати кілька рекомендацій щодо масштабування підходу. По-перше, необхідно створити єдиний методичний центр або робочу групу, яка координуватиме розробку, апробацію та



впровадження ігрових освітніх інструментів у межах факультету журналістики. Такий підхід дозволить оптимізувати ресурси, уникнути дублювання та забезпечити якісну методичну підтримку викладачів.

По-друге, варто застосовувати модульний принцип розроблення ігор, коли один ігровий шаблон може використовуватися в різних дисциплінах, а зміст карток чи завдань змінюватиметься відповідно до тематики курсу. Це значно пришвидшить процес масштабування та зменшить ресурсні витрати.

По-третє, слід передбачити створення цифрових аналогів настільних ігор, які можна використовувати у змішаному або дистанційному форматах, зокрема, у вигляді інтерактивних платформ, візуальних дошок, онлайн-вікторин чи мобільних застосунків. Це забезпечить більшу гнучкість та доступність.

По-четверте, важливо організувати навчання викладачів, спрямоване на розвиток навичок роботи з гейміфікаційними технологіями. Регулярні воркшопи, майстер-класи та обмін педагогічними практиками сприятимуть формуванню методичної культури гейміфікації.

Отже, масштабування гейміфікованих підходів у журналістській освіті є перспективним, однак потребує комплексного стратегічного підходу, який враховуватиме методичні, організаційні та технологічні виклики. Грамотне планування, поетапність упровадження та створення адаптивних інструментів дозволять зробити ігрові методики стабільним та ефективним елементом освітнього процесу.

Гейміфікація, продемонструвавши високу ефективність у формуванні професійної лексичної компетентності та



комунікативних навичок через настільну гру «JournMan», має значний потенціал для розширеного застосування у межах освітньої програми «Журналістика». Її інтеграція в інші дисципліни може суттєво підсилити практикоорієнтований характер навчання, активізувати студентську взаємодію та створити додаткові можливості для відпрацювання ключових журналістських компетентностей у безпечному й мотивувальному середовищі.

Однією з перспективних площин застосування гейміфікації є викладання дисциплін, пов'язаних із написанням текстів, зокрема «Основи журналістики», «Жанри жанри». Ігрові підходи тут можуть включати симуляції редакційних нарад, рольові моделі «редактор–кореспондент», конструктори заголовків та інтерактивні вправи на структурування матеріалів. Створення ігор, у яких студенти повинні швидко зібрати «пазл» із фактів, перевірити джерела або сформулювати лід новини у визначений час, сприятиме розвитку навичок стислості, точності й оперативності, що є ключовими для роботи в новинній журналістиці.

Не менш перспективним є застосування гейміфікації в дисциплінах, що формують медіаредакційні та мультимедійні навички, таких як «Телевізійна журналістика», «Радіожурналістика», «Нові медіа». У цих контекстах можуть бути використані квестові моделі, де студенти проходять етапи створення сюжету від пошуку теми до фінального монтажу. Ігрові сценарії можуть моделювати технічні збої, термінові зміни редакційного плану чи комунікаційні виклики, з якими журналісти стикаються в реальних умовах. Такий формат дозволить студентам відчувати динаміку професії та розвинути навички стресостійкості та швидкого реагування.



Суттєвий потенціал має впровадження гейміфікації у викладання дисциплін, пов'язаних із медіаправом, етикою та медіабезпекою. Використання кейсових ігор, судових симуляцій, рольових моделей «редакція–герой матеріалу–юрист» або ситуаційних завдань з аналізу конфліктних ситуацій дозволить студентам краще засвоїти правила професійної етики, норми законодавства та межі відповідальності медійника. Такий формат сприяє формуванню моральної та правової свідомості майбутніх журналістів, що є важливим елементом професійної ідентичності.

Гейміфікаційні підходи можуть бути інтегровані й у дисципліни, орієнтовані на цифрові комунікації та соціальні мережі, зокрема, «Медіаменеджмент», «Інтернет-журналістика». Тут ефективними можуть бути симуляції роботи редакції в соціальних мережах, змагання з розробки контент-стратегій, ігрові моделі управління інформаційними кризами або створення «шляху користувача» для різних аудиторій. Такий підхід дозволить студентам краще зрозуміти закономірності цифрової комунікації, відчувати відповідальність за контент, що публікується, і сформувати практичні навички роботи з аналітичними інструментами.

Іще ширші можливості відкриваються для дисциплін, що спрямовані на розвиток аналітичного мислення та фактчекінгу, наприклад, «Медіакритика», «Журналістське розслідування», «Фактчекінг». У цих курсах гейміфікація може реалізовуватися у вигляді детективних сюжетів з пошуком фейків, аналізом прихованих маніпуляцій або відстеженням інформаційних ланцюгів. Гра може моделювати інформаційні атаки, а студенти повинні виявляти логічні підміни, контекстні викривлення чи некоректні дані. Таке навчання не лише підвищує рівень



критичного мислення, а й тренує здатність працювати з джерелами, що є основою відповідальної журналістики.

Перспективним є також застосування гейміфікації під час вивчення іноземних мов професійного спрямування, де ігрові підходи дозволяють опрацьовувати медіатексти, побудову інтерв'ю, пояснення термінології та моделювання міжнародних пресконференцій. Це сприятиме формуванню міжкультурної комунікаційної компетентності та гнучкості мислення.

Таким чином, перспектива впровадження гейміфікації у межах освітньої програми «Журналістика» є широкою та багаторівневою. Вона охоплює як теоретичні дисципліни, так і практикоорієнтовані курси, забезпечуючи студентам можливість занурюватись у симульоване професійне середовище, де навчання стає інтерактивним, динамічним і максимально наближеним до реальних умов медіавиробництва. Завдяки цьому гейміфікація може стати системним педагогічним інструментом, що сприятиме формуванню сучасного типу журналіста, компетентного, гнучкого, мобільного та здатного ефективно діяти в умовах швидких інформаційних змін.

Формування професійної ідентичності журналіста є складним і багатовимірним процесом, що поєднує засвоєння фахових знань, внутрішнє прийняття професійних цінностей, освоєння навичок комунікації, відповідальності та критичного мислення. У цьому контексті гейміфікація виступає не просто додатковим дидактичним інструментом, а ефективною педагогічною стратегією, здатною значно впливати на емоційний, когнітивний і соціальний аспекти становлення майбутнього журналіста.

Результати використання гейміфікованого елементу, зокрема настільної гри «JournMan», продемонстрували, що гра дозволяє



студентам включатися у навчальний процес на глибшому рівні, ніж традиційні методи. Завдяки природній емоційній залученості, змагальності та інтерактивності студенти формують більш стійкий інтерес до предмета, що є важливим компонентом професійної самоідентифікації. Позитивні емоції, що виникають під час гри, створюють сприятливий фон для засвоєння професійної лексики, внутрішнього прийняття термінологічного апарату та розуміння специфіки роботи медійника.

Гейміфікація сприяє також активному розвитку ключових компетентностей, які визначають професійний облік журналіста. Під час гри студенти змушені оперативно мислити, підбирати мовні конструкції, формулювати пояснення, працювати з асоціативними зв'язками, що моделює реальні умови професійної діяльності. Вони вчаться адаптувати інформацію, підбирати точні формулювання, працювати в умовах обмеженого часу, що є критично важливим у журналістській роботі. Таким чином, гейміфікація формує ті навички, які надалі складають фундамент оперативного та аналітичного мислення медійника.

Важливою складовою впливу гейміфікації є формування професійних цінностей, зокрема відповідальності, поваги до етичних норм та усвідомлення важливості командної співпраці. У процесі гри студенти зустрічаються з необхідністю ухвалювати рішення, аргументувати свої дії, дотримуватися правил та працювати на спільний результат. Ці моделі поведінки є прямими аналогами тих, що формують етичну й професійну позицію журналіста в реальному медіасередовищі. Робота в команді, вміння слухати, бути уважним до деталей, знаходити баланс між особистим внеском і колективними цілями, усе це посилюється через ігрову



взаємодію і поступово інтегрується у професійну свідомість студентів.

Гейміфікація також створює простір для безпечного експериментування, де майбутні журналісти можуть пробувати різні ролі, підходи чи стратегії, не побоюючись помилок. Саме ця свобода проб і помилок, властива ігровим форматам, сприяє розвитку впевненості у власних можливостях. У довготривалій перспективі це впливає на формування внутрішнього відчуття приналежності до професії, що є одним із головних індикаторів професійної ідентичності.

Не менш важливим аспектом є те, що гейміфікація забезпечує новий тип взаємодії між студентами та викладачем, де педагог виступає не лише носієм знань, а й фасилітатором навчального процесу. Такий формат сприяє налагодженню довірливих стосунків, мотивує студентів до активної участі та зменшує психологічний бар'єр між теорією і практикою. Це дозволяє майбутнім журналістам відчувати цінність самотійного навчання, командної творчості та спільного пошуку рішень, важливих складових професійної культури.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що гейміфікація відіграє суттєву роль у формуванні професійної ідентичності журналіста, оскільки не лише сприяє засвоєнню знань, а й забезпечує емоційне включення, розвиток комунікативних та організаційних навичок, формування професійних цінностей та внутрішнього відчуття причетності до медійної спільноти. Використання гейміфікованих інструментів в освітньому процесі дозволяє поєднувати пізнавальну, емоційну та соціальну складові навчання, створюючи умови для цілісного становлення особистості майбутнього журналіста в умовах сучасного інформаційного суспільства.



ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу комплексно осмислити сучасні підходи до підготовки майбутніх журналістів у контексті цифровізації освіти, трансформації медіасередовища та зростання інформаційних загроз. Теоретичний аналіз, узагальнення українського й зарубіжного досвіду, а також осмислення практичних освітніх моделей засвідчили, що традиційні методи навчання дедалі менше відповідають реаліям журналістської професії. У цих умовах гейміфікація та фактчекінг постають як ключові інструменти модернізації журналістської освіти, здатні поєднати навчальну мотивацію, практичну спрямованість і формування критичного мислення.

Теоретичне осмислення феномену гейміфікації дозволило розкрити її як багатовимірну педагогічну технологію, що виходить за межі простого використання ігрових елементів. Узагальнення наукових підходів доводить, що гейміфікація ґрунтується на поєднанні ігрової механіки, динаміки, естетики та соціальної взаємодії, які в сукупності формують середовище активного навчання. На відміну від гри як самоцінної діяльності, гейміфікація має чітко окреслені освітні цілі, структуру та очікувані результати. Саме це робить її ефективним інструментом формування стійкої внутрішньої мотивації, підвищення залученості та досягнення стану глибокої концентрації, що сприяє якісному засвоєнню знань і навичок.

Історичний розвиток гейміфікації засвідчує поступове ускладнення та розширення її можливостей — від використання окремих елементів заохочення до створення комплексних цифрових освітніх середовищ, симуляцій і сценарних моделей. Сучасні гейміфіковані підходи, що передбачають систему досягнень, місій,



рейтингів, сюжетності та персоналізації навчального шляху, довели свою ефективність у різних галузях, зокрема в освіті. У журналістській підготовці такі моделі дозволяють поєднати навчання з професійною практикою та створити умови для безпечного опрацювання складних інформаційних ситуацій.

Аналіз освітніх практик підготовки майбутніх журналістів показав, що інтерактивні та гейміфіковані методи навчання істотно змінюють роль здобувача освіти. Студент перестає бути пасивним споживачем інформації й стає активним учасником освітнього процесу, який ухвалює рішення, аналізує інформацію, несе відповідальність за власний результат і командну взаємодію. Симуляції редакційної роботи, рольові ігри, мультимедійні завдання, цифрові тренажери та інтерактивні кейси наближають навчальний процес до реальних умов журналістської діяльності, формуючи практичні навички, необхідні для роботи в сучасному медіапросторі.

Важливим аспектом дослідження стало вивчення впливу інфотейнменту на сучасні медіа та журналістську освіту. Встановлено, що інфотейнмент як домінантна модель подачі контенту в цифровому середовищі вимагає від журналістів володіння новими форматами, навичками сторітелінгу, візуальної комунікації та роботи з аудиторією. Водночас він містить значні ризики — спрощення складних тем, емоційну маніпуляцію, зниження аналітичної глибини. У цьому контексті гейміфікація виступає не лише інструментом мотивації, а й засобом формування критичного ставлення до медіаконтенту, що дозволяє студентам усвідомлювати межу між інформуванням і маніпуляцією.

Узагальнення зарубіжного досвіду журналістської освіти підтверджує, що гейміфіковані та симулятивні моделі навчання є усталеною практикою в провідних університетах світу. Використання



редакційних симуляторів, кризових тренажерів, платформ командних розслідувань і ігрових модулів з медіаграмотності сприяє формуванню відповідальності, етичного мислення та навичок роботи в умовах інформаційної напруги. Цей досвід демонструє можливість адаптації подібних підходів до українського освітнього простору з урахуванням національного контексту та викликів війни.

Окремий блок дослідження присвячено фактчекінгу як невід'ємному компоненту професійної журналістики та інструменту протидії дезінформації. Встановлено, що фактчекінг виконує не лише функцію перевірки фактів, а й відіграє важливу роль у формуванні довіри до медіа, розвитку критичного мислення та забезпеченні інформаційної безпеки суспільства. В умовах цифрового перенасичення контентом і гібридної війни він набуває стратегічного значення, стаючи елементом захисту публічного простору від маніпулятивних і пропагандистських наративів.

Аналіз розвитку фактчекінгових ініціатив в Україні показав динамічний характер цього процесу та його відповідність актуальним викликам інформаційного середовища. Діяльність незалежних громадських проєктів, інтеграція фактчекінгу в медіаосвіту, використання цифрових інструментів і міжнародна співпраця свідчать про поступове інституційне зміцнення цієї сфери. Порівняльний аналіз із зарубіжними платформами дозволив виявити специфіку українського фактчекінгу, зумовлену умовами збройного конфлікту та необхідністю протидії ворожій пропаганді.

Важливим результатом дослідження стало усвідомлення ролі штучного інтелекту в сучасних фактчекінгових практиках. Використання автоматизованих систем аналізу контенту, розпізнавання дезінформаційних шаблонів і виявлення маніпулятивних матеріалів значно підвищує ефективність перевірки



фактів. Водночас доведено, що технологічні інструменти не замінюють професійної журналістської експертизи, а мають функціонувати у поєднанні з людським аналітичним мисленням і дотриманням етичних стандартів.

Отже, результати дослідження підтверджують, що гейміфікація та фактчекінг є взаємодоповнювальними складовими сучасної журналістської освіти. Вони створюють умови для формування компетентного, критично мислячого й соціально відповідального фахівця, здатного працювати в умовах цифрових трансформацій, інформаційних ризиків і воєнних викликів. Запровадження цих підходів сприяє не лише підвищенню якості освітнього процесу, а й підготовці журналістів, які усвідомлюють свою професійну та громадянську відповідальність у сучасному медіапросторі.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонов С. В. Гейміфікація освітнього процесу: аналіз поняття. *Інноваційні трансформації в сучасній освіті: виклики, реалії, стратегії*: зб. матеріалів IV Всеукр. відкр. наук.-практ. онлайн-форуму, Київ, 27 жовт. 2022 р. с. 250-252.
2. Бабак А. Розквіт фактчекінгу у світі: огляд найцікавіших проєктів. *Детектор медіа*. URL: http://ms.detector.media/web/online_media/rozkvit_faktchekingu_u_sviti_oglyad_naytsikavishikh_proektiv (дата звернення: 05.05.2025).
3. Балик Н. Р., Лещук С. О. Освітня роль гри Minecraft у гейміфікації навчання [online]. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методи навчання: досвід, тенденції, перспективи*. 2021. URL : <http://elar.fizmat.tnpu.edu.ua/handle/123456789/1194> (дата звернення 13.05.2025)
4. Бери й роби : онлайн-курс. *Освіторія*. URL: <http://surl.li/iztfmp> (дата звернення: 20. 07.2025)
5. Болгов В. Інфотейнмент. *Всеосвіта*. 2020. 18 сер. URL: <http://surl.li/nhxajs> (дата звернення: 20.07.2025).
6. Бондаренко, Л. П. *Гейміфікація в освітньому процесі. Наука України – погляд молодих вчених крізь призму сучасності: тези доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф. Черкаси: ФОП Нечитайло О. Ф., 2017. с. 84-86.*
7. Боротьба з неправдивою інформацією про події в Україні. URL: <http://www.stopfake.org/> (дата звернення: 24.03.2025).
8. Бровінська М. Ігровий фронт. 25 патріотичних ігор цієї війни, у яких можна нищити путіна й окупантів, а ще – бути волонтером. *GameDev*. 2023. URL: <http://surl.li/pbnfww> (дата звернення: 20.09.2025).;



9. Бугайчук, К. Л. *Гейміфікація у навчанні: сутність, переваги, недоліки. Дистанційна освіта України 2015: зб. матеріалів Міжнар. наук.- практ. конф. (м. Харків, 19-20 листопада 2015 р.)*. Харків : ХАДІ, 2015. С. 39-43.,

10. Бурдіна Е. Інфотейнмент і шоуїзація: порівняння функцій, ознак і прийомів. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2019. № 15. С. 4–8. URL: <https://salo.li/5f1e32c> (дата звернення: 20.07.2025)

11. Бурдяк П. Зловмисний альянс: як кібератаки та дезінформація синхронно дестабілізують цифровий простір України в умовах російської агресії. *Центр демократії і верховенства права*. 2024. URL: <http://surl.li/wzapra> (дата звернення: 20.07.2025).

12. Вербовецький Д. В. Аналіз досвіду використання ігрових технологій у освіті [online]. *Звітна наукова конференція інституту цифровізації освіти НАПН України «Цифрова трансформація освіти України в умовах воєнного стану»*. Ін-т цифровізації освіти НАПН України. Київ. 2023. URL : <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/734355>

13. Вінницька О. А., Корнієнко Т. О. Впровадження технологій гейміфікації в освітній процес закладів вищої освіти. *Сучасні методи та форми організації освітнього процесу у закладах вищої освіти: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-методичної конференції*. Одеса : Університет К. Ушинського, 2022. С. 38- 40.

14. Вірна Н. Чому українським ЗМІ, що провадять розслідування, потрібен фактчекінг. URL: [http://nikorupciji.org/2014/12/22/cheomu-](http://nikorupciji.org/2014/12/22/cheomu-ukrajinskym-zmi-scho-) ukrajinskym-zmi-scho-



provadyat-rozsliduvannya-potriben-faktchekinh/ (дата звернення: 07.04.2025).

15. Вісім методів розпізнавання фейків. *Internews*. URL: <https://internews.ua/opportunity/Detect-Fake-oct-2022> (дата звернення: 27.03.2025).

16. Вознюк О., Дубасенюк О. Перспективні напрямки підготовки майбутніх вчителів до інноваційної педагогічної діяльності [online]. *Нові технології навчання*. № 93, Київ, 2020. С. 50-57. URL :<http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/31082> (дата звернення 14.03.2025)

17. Волкова Н. П. Інформаційно-комунікаційні технології. Гейміфікація. *Інтерактивні технології навчання у вищій школі: навч.-метод. посіб.* Дніпро: Ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2018 с. 162-206.

18. Гандзюк В. О., Одобецька І. С. Роль, значення та практичні аспекти впровадження медіаграмотності в університетській освіті: з досвіду Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. *Інформаційна грамотність в умовах воєнного стану: обробка, захист та презентація даних* : матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 2 грудня – 12 січня 2025 року. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2025. 188 с.

19. Гандзюк В. Особливості застосування інтерактивних методів навчання у викладанні журналістських дисциплін для здобувачів вищої освіти. *Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference «New Horizons in Scientific Research: Challenges and Solutions»* (March 31 – April 2, 2025. Marseille, France). European Open Science Space, 2025. pp. 121-124.



20. Гандзюк В. О. Актуальні проблеми та перспективи підготовки журналістів у закладах вищої освіти. *Журналістика й мистецтво слова: збірник наукових статей* / гол. редактор Т. О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вип. 17. Вінниця: ТОВ «Меркюрі-Поділля», 2025. С. 7-11.

21. Гарбузова Н. Едьютейнмент – нове освітнє явище, технологія чи навчання як розвага. *На урок*. 2020. URL: <https://salo.li/5F54808> (дата звернення: 20.10.2025)

22. Гейміфікація в освіті: [Електронний ресурс]. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/2596-heimifikatsiia-v-osviti> (дата звернення: 20.10.2025)

23. Глушко А. В. Ігрові прийоми у форматі мережевого інфотейнменту. *Збірники наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса*. 2017. № 1. С. 62–64. URL: <https://salo.li/9C8304B> (дата звернення: 21.10.2025)

24. Глушко О. Журналістське розслідування. Історія, теорія, практика : навч. посіб. для вузів. Київ : Арістей, 2007. 144 с.

25. Головка Н. І. Ігрові технології як засіб активізації пізнавальної діяльності студентів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Педагогіка*, № 1(1), Київ, 2025. С. 17-20.

26. Головна Gios School. Що таке гейміфікація? : [Електронний ресурс] : URL: <https://blog.giosschool.com/gamification> (дата звернення: 21.10.2025)

27. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практичний посібник. Київ : ТОВ «Софія-А» 2016. 93 с.

28. Горохова Р.І., Нікітін П.В. Можливості сучасних інформаційних технологій у проведенні психолого-педагогічних



досліджень. *Міжнародний електронний журнал "Освітні технології та суспільство (Educational Technology & Society)"*, 2012. V.15. №2. С. 390-411

29. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро : ЛІРА, 2017. 124 с.

30. Горчунова Є. Типи інтерактивного контенту та цікаві приклади. *About Marketing*. 2022. 20 лют. URL: <https://salo.li/3do76A3> (дата звернення: 23.10.2025)

31. Грабська А. Оксана Романюк: «Найбільша проблема українських медіа – вплив олігархів». URL: <http://www.dw.com/uk/оксана-романюк-найбільша-проблема-українських-медіа-вплив-олігархів/a-19228388> (дата звернення: 22.04.2025)

32. Гроші на правду: фактчекінговий проєкт VoxCheck залучає ресурси через краудфандінг. URL: <http://www.kse.org.ua/uk/about/kse-news/?newsid=1573> (дата звернення: 22.04.2025)

33. Гуревич Р., Лазаренко Н., Жовнич Л. Цифровізація сучасної освіти: виклики, можливості, напрями, ризики. *Цифрова компетентність сучасного вчителя нової української школи: 2021* (Подолання викликів у період карантину, спричиненого COVID-19): зб. матеріалів всеукр. наук.-практ. семінару (Київ, 2 березня 2021 р.) / за заг. ред. О. В. Овчарук. Київ: Інститут інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України, 2021. с. 43-47.

34. Гуцуляк Д. Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації в умовах гібридних конфліктів. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. 2024.

DOI: <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.2.3> (дата звернення: 22.04.2025)



35. Данилов О. Zero Losses. Гра, як ремінісценція травматичного воєнного досвіду. *Mezha*. 2022. 18 черв. URL: <https://salolii.com/3298f6f> (дата звернення: 02.11.2025)

36. Дашко І. М., Михайліченко Л. В. Вплив технологій штучного інтелекту на ефективність діяльності підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2024. №6. С. 41-47. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-6-10032>. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2024/6/> (дата звернення 03.01.2025).

37. Детектор медіа та StopFake є найвідомішими серед українців фактчекерськими організаціями, – дослідження. *Детектор Медіа*. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/36660/2024-11-07-stopfake-ta-detektor-media-ie-nayvidomishymy-sered-ukraintsiv-faktchekerskymy-organizatsiyamy-doslidzhennya/> (дата звернення: 22.04.2025)

38. Дядікова О. Гра як інструмент: що таке гейміфікація? URL: <https://mistosite.org.ua/uk/articles/hra-iak-instrument-shcho-take-heimifikatsiia> (дата звернення: 25.10.2025)

39. Ейсмунт В. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнити брехню від правди. URL: <http://imi.org.ua/analytics/55129-instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi.html> (дата звернення: 20.04.2025).

40. Експерти викрили 1649 фейкових сюжетів російських ЗМІ – огляд дезінформації. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/eksperti_vikrili_1649_feykovikh_syuzhetiv_rosiyskikh_zmi_oglyad_dezinforma



tsii (дата звернення: 22.04.2025)

41. Єрмоленко А. *Інтерактивні технології навчання*: електронний навчальний курс. Біла Церква : БІНПО. 2022. 30 с.

42. Зражевська Н. *Комунікаційні технології*: лекції. Черкаси : Брама-Україна, 2010. 224 с.

43. Іванова О., Мойсєєва О., Стеблина Н. *Місцева преса* : посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. Київ : ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 158 с.

44. Імерідзе М., Биков І., Величко Д. Використання гейміфікації в освітньому середовищі закладів вищої освіти [online]. *Молодь і ринок*, № 2 (181). 2020. ULR: <http://mir.dspu.edu.ua/article/view/211897/211972>

45. Катеринич П. Використання технологій едьютейнменту та електронного навчання в ЗМІ в умовах пандемії. *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції*, Чернігів, 28 грудня 2022 року / ред. Старченко Г., Дука А. С. 33-36. URL: <https://salo.li/38e0128> (дата звернення: 20.07.2025).

46. Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю як освітньо-науковий осередок формування медіафахівців: досвід і перспективи : монографія / Укл.: В. О. Гандзюк, В. М. Каленич, С. Д. Гальчак, І. С. Одобецька, П. В. Слотюк, Т. О. Цепкало, І. М. Богачук/ Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2025. 148 с.

47. Кевін Вербах [Конспект] Gamification. ULR: <https://gameit.tech/tag/kevin-verbakh/> (дата звернення: 20.10.2025)

48. Клочко А. О., Прокопенко А. А. Використання інструментів гейміфікації в освітньому процесі. *Міжнародна*



науково-практична конференція «Дослідження різних напрямків розвитку психології та педагогіки». Одеса. 2021. С. 111-113.

49. Коваленко, О.О., Паламарчук, С. А. Моделі гейміфікації в системах управління навчанням: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2023. 85 с.

50. Комісарова О. Експерти розповіли, чому люди грають в комп'ютерні ігри і коли це стає небезпечно. *Суспільне*. 2021. 8 вер. URL: <https://salو.li/759d2f6> (дата звернення: 17.08.2025)

51. Комова М. Фактологічне поле в контексті соціальної взаємодії: інформативність журналістського тексту. *Держава та регіони*. Сер. : Соц. комунікації. 2011. № 2. С. 26–29.

52. Копиленко М. Головне для журналістів – надання достовірної інформації в грамотній формі і грамотною мовою. *Голос України*. 2010. 28 жовт. (№ 202). С. 5.

53. Коченгіна М. В., Коваль О. А. *Використання гри в освітньому процесі першого циклу початкової школи*: науково-методичний посібник / за загальною ред. Л. Д. Покроєвої. Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2019. 88 с.

54. Маркова В. Фактчекінгові медіаресурси у формуванні критичного мислення населення. Критичне мислення в епоху токсичного контенту: матеріали Восьмої міжнар. наук.-метод. конф., м. Київ, 2020 р. Центр Вільної Преси, Академія української преси. Київ, 2020. С. 11–17. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_8_konf_2020.pdf (дата звернення: 22.04.2025)

55. Михайлова Л.М., Семенишина І.В., Краснощок І.П., Ступеньков С.О. Гейміфікація як інноваційний кейс професійної підготовки педагогічних працівників ЗВО в умовах дистанційного



навчання [Текст]. *Академічні візії. Науковий журнал: Розділ: Освіта/Педагогіка*. Випуск 18. 2023. С. 22-27.

56. Міський В., Соколенко Н. Гейміфікація медіа: досвід NYT, WP та можливості для українських медіа. Розмова з Олександром Гондюл у подкасті «Медіуми». *Детектор медіа*. 2024. 15 лют. URL: <https://salo.li/A4D713b> (дата звернення: 17.08. 2025)

57. Міхай Чіксентміхай – книги і біографія. URL: <https://cutt.ly/LXwUueu> (дата звернення: 14.07.2025)

58. Мордюк А. Як працювати з інтернет-контентом, щоб не стати жертвою маніпуляції: поради журналістам від вітчизняних та європейських експертів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 240–246.

59. Мороз А. Чи варто створювати ігри про вторгнення в Україну під час війни. Розбираємо етичні питання. *GameDev*. 2023. 24 бер. URL: <https://salo.li/EBc2fbf> (дата звернення: 12.08.2025)

60. Одаренко С. Як розпізнати порожні обіцянки в політичній рекламі. *Детектор медіа*. 02 серпня 2017.

URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/19388/2017-08-02-yak-rozpiznaty-porozhni-obitsyanky-v-politychniy-reklami/> (дата звернення: 22.04.2025)

61. Олійник Ю. П. Ігрофікація в освіті: до питання про визначення поняття. *Сучасні проблеми науки і освіти*. № 3. 2015. С. 476

62. Посібник з верифікації. Центр Європейської Журналістики. Асоціація Видавців (УАВПП). 2014. URL: https://verificationhandbook.com/book_ua (дата звернення: 06.11.2024).].

63. Проєкт «По той бік путінської брехні»: URL: <https://putinlies.com.ua/> (дата звернення: 22.04.2025)



64. Рижко О. Рецепція гейміфікації новин як нової конвергенції. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2019. Вип. 46. С. 265–272

65. Саган О. В. Гейміфікація як сучасний освітній тренд. *Збірник наукових праць «Педагогічні науки»*. Вип. 100. 2022. С. 12–18. URL: <https://ps.journal.kspu.edu/index.php/ps/article/view/4519/3989>

66. Саприкін О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2016. № 1. С. 87–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15 (дата звернення: 20.04.2025).

67. Симоніна Н. Новітні жанри української тележурналістики: розвиток інфотейнменту. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2006. № 24. С. 32–37. URL: <https://salon.li/EE3BCo2> (дата звернення: 17.08.2025)

68. Сімончук О. У світі відбувається бум на фактчекінг-сайти: Reuters. URL: <http://ua.telekritika.ua/business/reuters-opublikoval-otchet-o-razvitii-faktchekingresursov-v-evrope-662289> (дата звернення: 22.04.2025).

69. Ткаченко А. Качинський А. Ідентифікація фейкових новин в соціальних ЗМІ. *Математичні методи комп'ютерного моделювання та кібернетичної безпеки: матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів аспірантів та молодих вчених, м. Київ, 26-27 квітня 2018 р.. КПІ ім. Ігоря Сікорського*, 2018. С. 49–50.

70. Ткаченко О. Гейміфікація освіти: формальний і неформальний простір. *Актуальні питання гуманітарних наук..* Вип. 11. 2015. С. 303–309 : [Електронний ресурс]. URL:



http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2015_11_45 (дата звернення: 14.06.2025)

71. Толочко С. Інноваційні технології формування компетентності здобувачів освіти: від гейміфікації до проєктної діяльності. *Вісник науки та освіти*. № 4 (10). 2023. С. 710-725.

72. Тонкіх І. *Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті* : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.

73. Фактчек. Історія розвитку в Україні. URL: <https://voxukraine.org/longreads/voxcheck/factcheckhistory/index.html> (дата звернення: 25.03.2025).

74. Це вам не іграшки: темна сторона гейміфікації. URL: <https://newtonew.com/discussions/gamification-dark-side> (дата звернення: 17.08.2025)

75. Центр протидії дезінформації. URL: <https://cpd.gov.ua> (дата звернення: 22.04.2025)

76. Чепорнюк А. Інфотейнмент як нежанр медійної комунікації: функціонально-стилістичний аналіз. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. Вип. 37. 2018. С. 124–140. URL: <https://salolj/5a8C5Da> (дата звернення: 07.06.2025)

77. Червінчук А. О. Журналістські стратегії репрезентації воєнного досвіду учасників бойових дій. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31 (70). № 4. Ч. 4. С. 169-173. DOI: <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.4-4/28>

78. Що таке гейміфікація? URL: <http://delo.ua/lifestyle/chto-takoe-gejmifikacija-i-kak-ona-pomogaetrasshevelit-sotrudni-202074> (дата звернення: 17.08.2025)



79. Barata G., Gama S., Jorge J., & Gonçalves D. Improving participation and learning with gamification. In Proceedings of the First International Conference on Gameful Design, Research, and Applications. 2013. pp. 10-17

80. Basol M., et al. Good News about Bad News: Gamified Inoculation Boosts Confidence and Cognitive Immunity Against Fake News. *Journal of Cognition*, 3(1): 2, 2020. pp. 1–9. DOI: <https://doi.org/10.5334/joc.91>

81. Bogost I., Ferrari S., Schweizer B. Newsgames : Journalism at Play. Cambridge : MIT Press, 2010. 38 p.

82. Deterding S. Gamification : designing for motivation. *Interactions*. 2012. № 19. p. 14–17.

83. Deterding S., Dixon D., Khaled R., & Nacke L. From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”. In Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments (pp. 9-15). 2011. ACM

84. FactCheck. URL: www.factcheck.com.ua (дата звернення: 22.04.2025)

85. Guess A., Nagler J., Tucker J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science advances*. 2019. Vol. 5. No.1. P. 1-8. DOI : <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aau4586> (дата звернення: 12.05.2025)

86. Hamari J., & Sjöklint M. Does gamification work? – A literature review of empirical studies on gamification. In Proceedings of the 2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences. 2015. pp. 3025-3034. IEEE.

87. Hamari J., Koivisto J., & Sarsa H. Does gamification work? – A literature review of empirical studies on gamification. In Proceedings of



the 47th Hawaii International Conference on System Sciences. 2014. pp. 3025-3034. IEEE.

88. Kapp K. The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education. *Computer Science*, April, 2012. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Gamification-of-Learning-and-Instruction%3A-and-Kapp/8b1069698d03b4037ec12f5db4c4e3c650e4c216>

89. Landers R. N., & Landers A. K. An empirical test of the theory of gamified learning: The effect of leaderboards on time-on-task and academic performance. *Simulation & Gaming*, 45(6), 2014. 769-785

90. Lee J. J., & Hammer J. Gamification in education: What, how, why bother?. *Academic Exchange Quarterly*, 15(2), 2011. p. 1-5

91. MacGonigal J. Gaming can make a better world. URL: https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world

92. Matsumoto T. Motivation Strategy Using Gamification. *Creative Education*, 7, 2016. p. 1480-1485

93. Mekler E. D., Brühlmann F., Tuch A. N., & Opwis K. Towards understanding the effects of individual gamification elements on intrinsic motivation and performance. *Computers in Human Behavior*, 71. 2017. 525-534

94. Nyhan B. When Corrections Fail: The persistence of political misperceptions. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-010-9112-2> (дата звернення: 22.04.2025)

95. Pivec M., & Dziabenko O. Game-based learning and gamification in higher education: Impact study on lecturers. *Journal of Interactive Learning Research*, 26(1), 2015. p. 27-48



96. Quevedo-redondo R.; Gómez-García S. y Navarro-Sierra N. Aprendiendo a desinformar: una estrategia de prebunking con newsgames para estimular la adquisición de competencias en el grado en Periodismo. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 66. 95-112. 2022. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3447>
97. Santiago Tejedor. Investigar sobre inteligencia artificial y newsgames en el periodismo. *International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*. 2022. ULR : <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3749>
98. Sigala M. Gamification in tourism: A review of the literature. *Tourism Management*, 60. 2017. P. 244-254.
99. Stopfake.org. URL: <http://www.stopfake.org/> (дата звернення: 22.04.2025).
100. Verification Handbook. URL: <http://verificationhandbook.com/> (дата звернення: 22.04.2025)
101. Werbach K., & Hunter D. Gamification: How game elements motivate behavior. In *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. 2012. pp. 3-31. Pfeiffer
102. Yusuf I. Kahoot! as a Gamification Tool in Vocational Education : More Positive Attitude, Motivation and Less Anxiety in EFL. *Journal of Computer and Education Research*. Vol. 9, Issue 18. P. 682–701. URL: <https://salo.li/806A093> (дата звернення: 20.09.2025).
103. Zichermann G., Cunningham Chr. Introduction. Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. 1st. Sebastopol, California: O'Reilly Media. 2011. 14 p.



**ГЕЙМІФІКАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ЯК ОСНОВА
РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ
ЖУРНАЛІСТА
(монографія)**

Наукове видання

Головний редактор *Віталій Гандзюк*

Технічний редактор *Ірина Одобецька*

Підписано до друку 25.12. 2025

Папір офсетний. Гарнітура «Georgia».

Друк офсетний. Фіз. арк. – 11,9

Ум. друк. 11.1 арк. Обл. вид. арк. – 11.3

Наклад 100 прим. Зам. No _____

Віддруковано з оригіналів замовника.

Printto UA – друк книг на вимогу, каталогів та брошур.

Тел.: +38 (099) 546-70-78.

E-mail: info@printto.ua

<https://printto.ua>



