

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

До захисту допустити:
Завідувач кафедри

(підпис) (ПІБ завідувача кафедри)
«__» _____ 2026р.

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕМАТИЧНОЇ СТОРІНКИ В
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ
МЕДІАГРАМОТНОСТІ АУДИТОРІЇ

Кваліфікаційна робота
здобувачки вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Журналістика та соціальна комунікація»
(назва освітньо-професійної програми)
Калашнікова-Валєєва Любов Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)
Науковий керівник:
Безчотнікова Світлана Володимирівна
(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання,)
Рецензент: Куликов Андрій Вікторович,
ГО «Громадське радіо», ведучий, голова Комісії з
журналістської етики України
(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, місце роботи)

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою _____
Секретар ЕК _____
«__» 20__ р.

Київ 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3-7
РОЗДІЛ 1.....	8-32
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА ШІ-КОНТЕНТУ	
1.1. Поняття медіаграмотності та її значення у сучасному інформаційному суспільстві.....	8-11
1.2. Соціальні мережі як інструмент впливу на інформаційне сприйняття аудиторії.....	11-15
1.3. Дезінформація, фейки та діпфейки як виклики сучасного медіасередовища.....	15-22
1.4. Методи та інструменти формування медіаграмотності в цифровому середовищі.....	22-31
Висновки до розділу 1.....	31-32
РОЗДІЛ 2.....	33-53
РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕМАТИЧНОЇ СТОРІНКИ AInspect В INSTAGRAM ЯК ІНСТРУМЕНТУ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ	
2.1. Концепція та ідея створення тематичної сторінки AInspect.....	33-37
2.2. Аналіз подібних медіаосвітніх сторінок.....	37-39
2.3. Цільова аудиторія та комунікаційна стратегія сторінки AInspect.....	39-45
2.4. Практична реалізація тематичної сторінки AInspect в Instagram.....	45-48
2.5. Оцінка ефективності сторінки AInspect як інструменту формування медіаграмотності.....	48-50
Висновки до розділу 2.....	50-53
ВИСНОВКИ.....	54-57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58-63
ДОДАТОК А.....	64
ДОДАТОК Б.....	65
ДОДАТОК В.....	66

ВСТУП

Сучасний інформаційний простір швидко змінюється під впливом цифрових технологій, соціальних мереж і штучного інтелекту. Людина щодня отримує значні обсяги інформації з новинних сайтів, месенджерів, блогів, відеоплатформ, соціальних мереж та сервісів, що працюють на основі ШІ. За таких умов особливо важливими стають уміння критично сприймати повідомлення, аналізувати їхній зміст, оцінювати достовірність і перевіряти джерела інформації.

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій медіаграмотність належить до важливих навичок, необхідних для безпечної та свідомої взаємодії з інформацією. Вона допомагає користувачам краще розуміти зміст медіаповідомлень, критично оцінювати їх, помічати ознаки маніпуляцій і розпізнавати недостовірну інформацію. Медіаграмотність нерозривно пов'язана з критичним мисленням, оскільки передбачає активний аналіз отриманих відомостей, перевірку джерел, порівняння фактів та здатність відрізняти достовірні повідомлення від фейків і маніпулятивного контенту [1].

Актуальність теми посилюється через активне використання штучного інтелекту в інформаційному просторі. Сьогодні цифрові сервіси здатні автоматично створювати тексти, зображення, аудіо- та відеоматеріали, які іноді складно відрізнити від реального контенту. Унаслідок цього користувачам стає важче перевіряти достовірність інформації, а ризик поширення маніпулятивних матеріалів зростає. Особливо це стосується діпфейків, ШІ-згенерованих зображень, автоматично створених повідомлень та інших форм цифрової маніпуляції.

Окрему увагу варто приділити саме візуальному контенту. Фото й відео швидко викликають емоційну реакцію та часто сприймаються як доказ реальності події. Водночас сучасні ШІ-інструменти можуть створювати переконливі зображення людей, об'єктів або ситуацій, яких насправді не існувало. Тому користувачам важливо вміти перевіряти джерело, контекст,

походження зображення, візуальні деталі та зіставляти побачене з інформацією з інших надійних джерел.

Окремо варто враховувати те, як інформацію споживає молодіжна аудиторія. Молоді користувачі активно користуються соціальними мережами, швидко переглядають дописи й часто сприймають контент передусім через візуальні образи. Вони частіше звертають увагу на короткі тексти, сторіз, відео, тести та інтерактивні формати. Такий формат споживання інформації є зручним і динамічним, однак водночас може зменшувати увагу до перевірки джерел, аналізу контексту та відокремлення фактів від інтерпретацій.

Соціальні мережі сьогодні виконують значно ширшу роль, ніж просто засіб спілкування між користувачами. Вони стали одним із головних джерел отримання інформації та суттєво впливають на формування суспільних настроїв і поглядів. Завдяки доступності цифрових платформ кожен користувач може не лише переглядати контент, а й самостійно створювати та поширювати його. Це суттєво змінило інформаційний простір, у якому поряд із професійними медіа активно діють звичайні користувачі. Водночас соціальні мережі нерідко стають середовищем поширення фейків, клікбейтних матеріалів, маніпулятивних повідомлень та матеріалів, створених за допомогою технологій штучного інтелекту [1].

З огляду на це важливим є створення практичних медіаосвітніх проєктів, які не обмежуються поданням теоретичної інформації, а допомагають користувачам застосовувати отримані знання у реальних ситуаціях. Проєктний підхід дає змогу поєднати науково-теоретичну основу з практичним створенням медіапродукту. У цьому контексті створена Instagram-сторінка AIInspect може слугувати інструментом розвитку медіаграмотності, оскільки поєднує інтерактивне навчання, візуальні приклади, тести, порівняння реального й ШІ-згенерованого контенту та пояснення маніпулятивних ознак.

Необхідність проведення цього дослідження зумовлена потребою у створенні медіапроєкту, який у доступній та наочній формі допоможе

користувачам соціальних мереж аналізувати цифровий контент, перевіряти інформацію, розпізнавати штучно створені зображення та більш відповідально ставитися до поширення інформації в мережі.

Питання медіаграмотності, цифрової безпеки, дезінформації та впливу соціальних мереж перебувають у полі уваги як українських, так і зарубіжних дослідників. У наукових працях розглядаються проблеми критичного мислення, інформаційної гігієни, протидії фейкам і безпечної взаємодії з цифровим середовищем. Водночас використання соціальних мереж як практичного інструменту розвитку медіаграмотності в умовах поширення дідфейків і ШІ-згенерованого контенту ще потребує глибшого вивчення, зокрема через створення інтерактивних медіапроектів [1, 8].

Об'єктом дослідження є формування медіаграмотності аудиторії в умовах розвитку цифрових технологій та активного використання штучного інтелекту.

Предметом дослідження є Instagram-сторінка AIInspect як медіаосвітній інструмент, спрямований на розвиток навичок розпізнавання ШІ-згенерованого, фейкового та маніпулятивного контенту.

Мета роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні та практичному створенні медіапроекту AIInspect в Instagram, який спрямований на розвиток медіаграмотності аудиторії, критичного мислення та навичок аналізу ШІ-контенту.

Для реалізації поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

1. Розглянути поняття медіаграмотності, критичного мислення, фейкових новин, дезінформації та ШІ-згенерованого контенту.
2. Визначити роль соціальних мереж у поширенні інформації, фейків, маніпулятивних повідомлень і дідфейків.
3. Проаналізувати ризики використання штучного інтелекту в сучасному медійному середовищі.
4. Обґрунтувати доцільність використання Instagram як платформи для реалізації медіаосвітнього проекту.

5. Розробити концепцію тематичної сторінки AInspect.
6. Підготувати контентне наповнення сторінки, спрямоване на розпізнавання ІІІ-згенерованих зображень і розвиток критичного мислення.
7. Визначити практичне значення створеного медіапроєкту для розвитку медіаграмотності аудиторії.
8. Оцінити ефективність сторінки AInspect на основі статистичних показників Instagram, зокрема переглядів, охоплення аудиторії та взаємодії користувачів із контентом.

Методи дослідження. У роботі було використано аналіз наукових і навчально-методичних джерел, присвячених медіаграмотності, критичному мисленню, цифровій безпеці, соціальним медіа та штучному інтелекту. Для уточнення основних понять застосовано метод узагальнення. Порівняльний підхід використано для зіставлення реального та ІІІ-згенерованого контенту, а проєктний метод - під час створення Instagram-сторінки AInspect. Також було здійснено спостереження за матеріалами сторінки та аналіз статистичних показників Instagram, що дало змогу оцінити результативність створеного медіапроєкту, рівень залучення аудиторії та ефективність різних форматів контенту.

Теоретичною основою роботи стали наукові джерела, присвячені медіаграмотності, цифровій комунікації, соціальним мережам і штучному інтелекту, а також аналітичні матеріали про дезінформацію та ІІІ-згенерований контент. Фактичну основу дослідження становлять матеріали Instagram: подібні медіаосвітні сторінки, використані для порівняння, а також сторінка AInspect, створена в межах цієї роботи як авторський медіапроєкт.

Практичне значення роботи полягає в розробці Instagram-сторінки AInspect, яку можна використовувати для поширення медіаосвітніх матеріалів і розвитку навичок критичного сприйняття інформації. Контент сторінки спрямований на формування інформаційної гігієни, уміння перевіряти цифрові матеріали та розпізнавати ознаки маніпулятивного чи ІІІ-

згенерованого контенту. Матеріали AInspect можуть бути корисними для молоді, студентів, викладачів, журналістів-початківців і користувачів соціальних мереж, які прагнуть безпечніше та свідоміше взаємодіяти з інформаційним простором.

Сторінка AInspect була створена з метою підвищення медіаграмотності користувачів соціальних мереж через поширення доступних матеріалів про штучний інтелект, діпфейки, перевірку інформації та ознаки маніпулятивного контенту.

Новизна роботи полягає у створенні та дослідженні можливостей використання Instagram-сторінки як інструменту розвитку медіаграмотності в умовах поширення ШІ-згенерованого контенту. Авторський внесок полягає у створенні концепції, візуального стилю та контентного наповнення сторінки AInspect, орієнтованої на розвиток навичок критичного аналізу цифрового контенту.

Структура роботи відповідає її меті та поставленим завданням. Дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. У першому розділі висвітлено теоретичні основи медіаграмотності, критичного мислення, дезінформації, діпфейків і ШІ-згенерованого контенту, а також розглянуто роль соціальних мереж у сучасному інформаційному середовищі. У другому розділі описано практичну реалізацію медіапроєкту AInspect: його концепцію, цільову аудиторію, контентну й комунікаційну стратегію, особливості створеного контенту та результати оцінювання ефективності сторінки за статистичними показниками Instagram.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА ШІ-КОНТЕНТУ

1.1. Поняття медіаграмотності та її значення у сучасному інформаційному суспільстві

У сучасному інформаційному суспільстві медіаграмотність є однією з ключових компетентностей XXI століття. Це пов'язано зі стрімким розвитком цифрових технологій, соціальних мереж і штучного інтелекту, які істотно змінюють способи створення, поширення та сприйняття інформації.

Згідно з Концепцією впровадження медіаосвіти в Україні, медіаграмотність є складовою медіакультури особистості та передбачає вміння свідомо сприймати, критично оцінювати й аналізувати інформацію, отриману з різних медіа, відокремлювати реальність від її медійної інтерпретації та протистояти маніпулятивним впливам [19]. У документі також наголошується, що медіаосвіта є важливою складовою інформаційної безпеки держави та сприяє підготовці громадян до безпечної й ефективної взаємодії з сучасним медіапростором [19].

Медіаграмотність визначається як сукупність знань, умінь і навичок, що дозволяють людині критично сприймати медіаповідомлення, аналізувати їхній зміст, оцінювати достовірність інформації, розпізнавати маніпуляції та створювати власний медіаконтент. Вона тісно пов'язана з критичним мисленням, оскільки передбачає активну, а не пасивну взаємодію з інформаційним середовищем [1,с.5].

У сучасних дослідженнях медіаграмотність розглядається не лише як вміння сприймати й аналізувати медіаповідомлення, а як цілісна система навичок, необхідних для безпечної та усвідомленої участі людини в інформаційному просторі. Вона охоплює здатність критично оцінювати зміст повідомлень, розуміти особливості їхнього створення й поширення, виявляти маніпулятивні прийоми, аналізувати візуальний контент і відповідально створювати власні медіаматеріали. Такий підхід набуває особливого значення

в умовах цифровізації, коли межа між професійними медіаматеріалами та користувацькими публікаціями стає менш чіткою.

Медіаграмотність також тісно пов'язана з поняттям інфомедійної грамотності, яка поєднує навички роботи з медіа, інформаційну грамотність, цифрову безпеку, критичне мислення, візуальну грамотність, фактчекінг і здатність відповідально взаємодіяти з онлайн-інструментами. Такий комплексний підхід дозволяє розглядати медіаграмотність не лише як навичку перевірки інформації, а як ширшу компетентність, необхідну для орієнтації в сучасному цифровому середовищі [5].

У цифрову епоху кожен користувач є не лише споживачем, а й творцем інформаційного контенту. Соціальні мережі, блоги, відеоплатформи та інші онлайн-сервіси дають змогу швидко створювати й поширювати різноманітні матеріали без попередньої перевірки. Це значно розширює можливості комунікації, але водночас підвищує ризики поширення недостовірної інформації [1].

За визначенням UNESCO, медіа- та інформаційна грамотність охоплює сукупність знань, умінь і навичок, які дають змогу людині критично оцінювати інформацію, безпечно орієнтуватися в цифровому середовищі, відповідально використовувати медіаресурси та протидіяти дезінформації [12].

Таким чином, медіаграмотність у сучасному цифровому середовищі виходить за межі традиційного розуміння роботи з інформацією. Вона охоплює навички критичного аналізу контенту, оцінювання надійності джерел, розуміння механізмів функціонування цифрових платформ та усвідомленого використання новітніх технологій. В умовах поширення алгоритмічного контенту та інструментів штучного інтелекту медіаграмотність стає необхідною умовою безпечної та відповідальної взаємодії людини з інформаційним простором.

Отже, медіаграмотність передбачає не лише здатність сприймати інформацію, а й уміння перевіряти джерела, аналізувати контекст, розрізняти

факти та судження, а також дотримуватися принципів інформаційної гігієни [1].

На думку авторів навчальної програми «Медіакультура» (Л. Найдьонова, Н. Череповська та ін.), медіакультурна особистість не лише володіє навичками пошуку та критичного аналізу інформації, а й здатна створювати власний медіаконтент на основі усвідомленої системи цінностей і переконань. Медіакультура передбачає розуміння соціального та політичного контексту функціонування медіа, а також здатність протидіяти дезінформації й маніпулятивним впливам [20].

Автори програми «Медіакультура» підкреслюють, що в умовах поширення фейкової інформації та інформаційно-психологічних впливів особливо важливими стають критичне мислення, свідоме ставлення до медіаконтенту та вміння розпізнавати маніпуляції [20].

О. Пушкар та Є. Грабовський розглядають медіакультуру як складову культурного простору інформаційного суспільства. На думку авторів, медіакультура пов'язана зі здатністю людини сприймати, аналізувати й оцінювати медіатексти, а також брати участь у створенні медіаконтенту [21].

Важливість розвитку медіаграмотності посилюється активним використанням соціальних мереж молоддю, яка є однією з найбільш залучених аудиторій цифрового середовища.

За даними Pew Research Center, у 2022 році 95% американських підлітків користувалися YouTube, 67% - TikTok, 62% - Instagram і 59% - Snapchat. Водночас частка підлітків, які користувалися Facebook, знизилася з 71% у 2014-2015 роках до 32% у 2022 році [22]. Це свідчить про зміну цифрових звичок молоді та посилення ролі візуальних і короткоформатних платформ у сучасній комунікації.

Також дослідження показало, що 46% підлітків у 2022 році перебували онлайн майже постійно, тоді як у 2014-2015 роках цей показник становив 24% [22].

Отже, соціальні мережі стали важливим середовищем отримання інформації, спілкування та формування медіаспоживчих практик молоді, що підсилює значення медіаграмотності як необхідної компетентності сучасної людини.

1.2. Соціальні мережі як інструмент впливу на інформаційне сприйняття аудиторії

Соціальні мережі є одним із важливих елементів сучасного медіапростору, оскільки формують нові форми комунікації, взаємодії та поширення інформації. У науковому дискурсі соціальні медіа розглядаються як онлайн-платформи, що дають змогу користувачам обмінюватися контентом, думками та інформацією або спільно створювати нові матеріали.

До соціальних мереж належать різноманітні платформи, зокрема Facebook, Instagram, YouTube, Twitter та інші. Вони забезпечують оперативне поширення інформації, інтерактивність і можливість безпосереднього зворотного зв'язку з аудиторією, що суттєво трансформує традиційні моделі комунікації.

Важливою особливістю соціальних мереж є те, що вони перетворюють аудиторію з пасивних споживачів інформації на активних учасників комунікаційного процесу. Користувачі не лише читають або переглядають матеріали, а й коментують, поширюють, оцінюють, аналізують інформацію та створюють власні матеріали. У результаті соціальні мережі формують інформаційне середовище, у якому кожен користувач потенційно впливає на поширення інформації та сприйняття окремих тем іншими учасниками комунікації.

Особливістю функціонування соціальних мереж є їхня орієнтація на залучення користувачів. Алгоритми платформ сприяють поширенню матеріалів, що викликають емоції, дискусії та активну взаємодію. У таких умовах важливою стає не стільки достовірність інформації, скільки її здатність привертати увагу та викликати реакцію аудиторії.

Крім того, соціальні мережі виступають важливим інструментом формування громадської думки. Вони забезпечують оперативний обмін інформацією, але водночас створюють сприятливі умови для поширення дезінформації. Особливу роль у цьому процесі відіграють рекомендаційні алгоритми, які посилюють вірусність емоційних та сенсаційних повідомлень.

У таких умовах користувачі нерідко стикаються з маніпулятивними повідомленнями, клікбейтом, емоційними тригерами та інформацією, яка підтверджує їхні попередні переконання. Це сприяє виникненню так званих «інформаційних бульбашок», у межах яких людина переважно отримує інформацію, що відповідає її поглядам.

Подібний вплив алгоритмів особливо помітний у рекомендаційних стрічках соціальних мереж. Якщо користувач регулярно взаємодіє з певним видом матеріалів, платформа починає частіше пропонувати подібні матеріали. У результаті людина може отримувати переважно однотипну інформацію, що підвищує ризик формування викривленого уявлення про події та обмежує сприйняття інших точок зору.

Однією з особливостей функціонування сучасних платформ є поєднання різних механізмів впливу на аудиторію, серед яких алгоритмічний добір контенту, швидке поширення інформації, емоційний характер повідомлень, активна взаємодія користувачів із контентом та формування інформаційних бульбашок. Сукупність цих чинників значною мірою визначає особливості сприйняття інформації в сучасному цифровому середовищі.

Водночас соціальні мережі використовуються як засіб медіаосвіти. Завдяки візуальності, інтерактивності та оперативному зворотному зв'язку вони дають можливість подавати складні теми у доступній формі: через короткі відео, каруселі, інфографіку, тести, опитування та приклади для аналізу. У зв'язку з цим тематичні сторінки в соціальних мережах можуть виконувати освітню функцію та сприяти розвитку критичного мислення аудиторії.

Окрім цього, соціальні мережі стали важливим середовищем для неформального навчання та обміну знаннями між користувачами. Завдяки можливостям створення тематичних спільнот, поширення корисного контенту та взаємодії між учасниками вони сприяють розвитку цифрових компетентностей аудиторії та формуванню нових освітніх практик [18].

Автори програми визначають критичне мислення як основу медіаграмотності. Воно передбачає розуміння, аналіз, оцінювання інформації, формування самостійних висновків та їх аргументацію. Саме критичне мислення допомагає людині усвідомлено взаємодіяти з медіапростором і протистояти маніпулятивним впливам [20].

Дослідники зазначають, що цифрові медіа змінили простір культури та моделі міжособистісної комунікації. Інтернет і мультимедійні технології розширили можливості користувачів не лише для отримання інформації, а й для її створення, поширення та інтерактивної взаємодії [21].

Актуальність впливу соціальних мереж на інформаційне сприйняття аудиторії підтверджується сучасними дослідженнями медіаспоживання українців. Згідно з результатами дослідження динаміки індексу медіаграмотності за 2020-2024 роки, у 2024 році кількість користувачів, які споживають суспільно-політичний контент у соціальних мережах, зросла з 62% до 70%. Крім того, соціальні мережі та месенджери дедалі частіше використовуються як основне джерело новин та інформації. Найпопулярнішими платформами для отримання суспільно-політичного контенту серед українців є Telegram і YouTube [4].

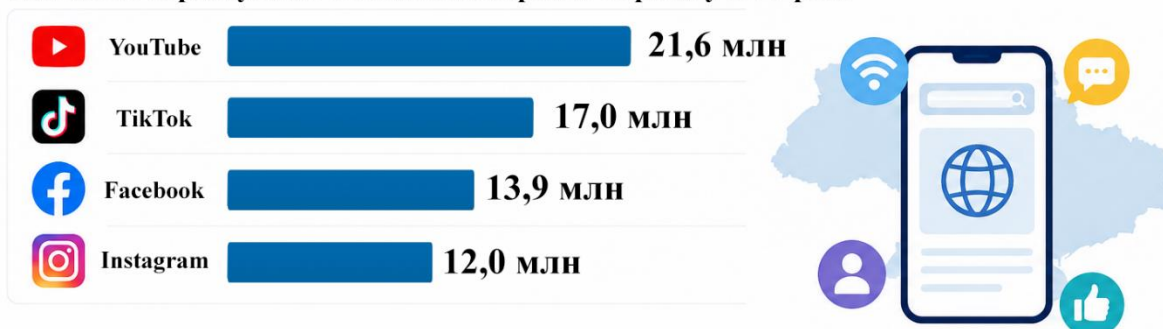
Дослідження також показує, що молодь віком 18-35 років демонструє найвищий рівень цифрової компетентності та є найбільш активною аудиторією цифрових платформ. Водночас значна частина користувачів щоденно взаємодіє з великими обсягами інформації, що підвищує ризики поширення дезінформації, маніпуляцій та емоційного впливу через соціальні мережі [4].

За даними DataReportal, на початку 2025 року в Україні налічувалося 21,6 млн користувачів соціальних мереж. Кількість користувачів YouTube становила 21,6 млн, TikTok - 17 млн, Facebook - 13,9 млн, а Instagram - 12 млн осіб. Це свідчить про важливу роль соціальних платформ у процесах комунікації, отримання інформації та формування громадської думки [3].

Для наочності основні показники цифрового середовища України у 2025 році наведено на рис. 1.1, розробленому автором на основі даних DataReportal [3].



Кількість користувачів соціальних мереж в Україні у 2025 році



Наведені дані свідчать про високий рівень поширення цифрових технологій та активне використання соціальних мереж серед населення України. Це підтверджує, що соціальні платформи є одним із ключових каналів отримання інформації та комунікації, а отже можуть ефективно використовуватися для реалізації медіаосвітніх проєктів.

Дослідження Reuters Institute Digital News Report 2024 також підтверджує зростання ролі цифрових платформ у споживанні новин та суспільно важливої інформації. Автори зазначають, що дедалі більше користувачів, особливо представників молодших вікових груп, отримують новини через соціальні мережі, короткі відеоформати та рекомендаційні

алгоритми. У звіті наголошується, що така трансформація медіаспоживання посилює значення медіаграмотності та навичок критичного оцінювання інформації в цифровому середовищі [11].

Отже, соціальні мережі є не лише ефективним інструментом комунікації та поширення інформації, а й середовищем, у якому можуть виникати ризики дезінформації та маніпулятивного впливу. Водночас їхні візуальні, інтерактивні та мультимедійні можливості створюють умови для розвитку медіаграмотності, критичного мислення та формування навичок усвідомленого споживання інформації. Особливої актуальності зазначені питання набувають в умовах стрімкого розвитку технологій штучного інтелекту, які дедалі активніше впливають на процеси створення та поширення інформації в соціальних мережах. Насамперед йдеться про інструменти ШІ, здатні генерувати тексти, зображення, аудіо- та відеоматеріали. У зв'язку з цим поряд із традиційними навичками медіаграмотності зростає значення компетентностей, пов'язаних із розумінням принципів роботи штучного інтелекту.

1.3. Дезінформація, фейки та діпфейки як виклики сучасного медіасередовища

Однією з ключових проблем сучасного медіасередовища є поширення дезінформації, фейкових новин і маніпулятивних повідомлень. У цифрову епоху інформація поширюється надзвичайно швидко, а соціальні мережі дають змогу будь-якому користувачеві не лише споживати, а й створювати та поширювати різноманітні матеріали. Це розширює можливості комунікації, але водночас ускладнює перевірку достовірності інформації.

Дезінформацію можна розглядати як свідомо викривлену, неправдиву або маніпулятивну інформацію, метою якої є вплив на сприйняття аудиторії. Фейкові новини, своєю чергою, є одним із поширених різновидів дезінформації. Вони часто мають вигляд звичайного журналістського

матеріалу, але містять неправдиві факти, викривлений контекст або емоційно забарвлені твердження, які можуть вводити аудиторію в оману [1].

Важливо зазначити, що фейки не завжди складаються з повністю неправдивої інформації. Часто вони ґрунтуються на реальних подіях, але подаються вибірково, із замовчуванням важливих деталей або зміщенням акцентів. Такий підхід створює враження достовірності та ускладнює процес перевірки інформації. Саме тому маніпулювання фактами й контекстом є одним із найнебезпечніших інструментів впливу на громадську думку.

Соціальні мережі стали особливо сприятливим середовищем для поширення дезінформації. Алгоритми платформ часто надають перевагу матеріалам, які викликають сильні емоції, активне обговорення, поширення та вподобання. Через це шокуючі, конфліктні, сенсаційні або провокаційні повідомлення мають більше шансів стати вірусними, ніж виважена й перевірена інформація. У таких умовах достовірність повідомлення нерідко поступається його емоційній складовій та здатності привертати увагу.

Важливу роль у поширенні дезінформації відіграють також алгоритми соціальних мереж. Рекомендаційні системи платформ формують для користувача персоналізовану стрічку матеріалів на основі його вподобань, переглядів, реакцій і попередньої активності. У результаті людина частіше отримує інформацію, яка відповідає її поглядам і викликає емоційний відгук. Це може посилювати поляризацію суспільства, формувати спотворене уявлення про події та ускладнювати критичне сприйняття альтернативних точок зору [11].

Поширенню фейків також сприяють так звані інформаційні бульбашки. Користувачі часто бачать матеріали, які відповідають їхнім поглядам, інтересам і попередньому досвіду взаємодії в мережі. Це може посилювати вже сформовані переконання та знижувати готовність критично оцінювати отриману інформацію. Якщо повідомлення збігається з очікуваннями людини, вона з більшою ймовірністю довірятиме йому навіть без перевірки джерела [11].

Серед поширених технологій дезінформації в соціальних мережах можна виокремити фреймінг, праймінг, використання бот-мереж, мікротаргетинг, маніпуляцію фактами та візуальні форми впливу. Фреймінг полягає у створенні певної «рамки» сприйняття події, коли одні аспекти підкреслюються, а інші замовчуються. Праймінг готує аудиторію до потрібного висновку через серію попередніх повідомлень. Бот-мережі створюють ілюзію масової підтримки певної думки, а мікротаргетинг дає змогу поширювати різні повідомлення для різних груп користувачів залежно від їхніх інтересів, віку, поведінки чи політичних поглядів [10].

Особливу роль у сучасній дезінформації відіграє візуальний контент. Фото, відео, меми, інфографіка та короткі ролики швидко привертають увагу, краще запам'ятовуються й сильніше впливають на емоції аудиторії. Користувачі часто сприймають зображення як підтвердження реальності події, не перевіряючи його походження, дату створення чи контекст. Саме тому візуальні формати стали одним із найефективніших засобів маніпулятивного впливу.

З розвитком штучного інтелекту проблема візуальної дезінформації набула нового рівня. Сучасні ШІ-інструменти здатні створювати реалістичні зображення, відео, голоси та тексти, які складно відрізнити від автентичних матеріалів. Це створює нові виклики для журналістики, фактчекінгу та медіаосвіти, оскільки аудиторія може стикатися не лише з традиційними фейками, а й з ШІ-згенерованим контентом [7].

UNESCO зазначає, що використання штучного інтелекту пов'язане з низкою етичних ризиків, серед яких алгоритмічна упередженість, непрозорість ухвалення рішень, порушення приватності, кіберзагрози та посилення інформаційних бульбашок. Такі ризики можуть впливати на доступ користувачів до інформації та сприяти поширенню маніпулятивного контенту [41]. У процесі роботи систем штучного інтелекту можуть виникати алгоритмічні упередження (bias), пов'язані з особливостями наборів даних або рішеннями розробників, що іноді призводить до викривлення результатів.

Однією з проблем використання ШІ також є недостатня прозорість процесів ухвалення рішень алгоритмами, що створює труднощі для перевірки та пояснення отриманих результатів. Крім того, ШІ здатний посилювати поширення дезінформації через персоналізовані алгоритми рекомендацій та автоматизоване створення контенту [42].

У цьому контексті важливим є підхід С. Терепищого до розуміння медіаграмотності в умовах розвитку штучного інтелекту як необхідну умову безпечної взаємодії людини з цифровим середовищем. Науковець зазначає, що сучасні алгоритми штучного інтелекту дедалі активніше беруть участь у створенні, поширенні та персоналізації медіаконтенту, а тому користувачі взаємодіють не лише з інформацією, створеною людьми, а й з матеріалами, які частково або повністю генеруються автоматизованими системами [8].

У сучасних умовах медіаграмотність має охоплювати не лише перевірку фактів і джерел, а й розуміння принципів роботи алгоритмів, ризиків персоналізованої інформації, діпфейків, ШІ-згенерованих матеріалів, ботів та маніпулятивного контенту. Розвиток штучного інтелекту створює нові виклики для суспільства, оскільки технології генерації текстів, зображень і відео можуть використовуватися для поширення фейкових новин, маніпуляцій та інформаційного впливу [8].

Важливою складовою сучасної медіаграмотності стає ШІ-грамотність, тобто здатність критично оцінювати контент, створений штучним інтелектом, розуміти можливі упередження алгоритмів і усвідомлювати ризики автоматизованого поширення інформації. За таких умов медіаграмотність є не лише освітньою компетентністю, а й важливим інструментом інформаційної безпеки особистості [8].

Одним із найбільш небезпечних прикладів такого контенту є діпфейки. Діпфейками називають медіаматеріали, створені або модифіковані за допомогою штучного інтелекту таким чином, щоб вони виглядали максимально реалістично. Це можуть бути відео, аудіозаписи або зображення, у яких людина нібито говорить чи виконує дії, яких насправді не було.

Діпфейки можуть використовуватися для політичних маніпуляцій, дискредитації окремих осіб, шахрайства, створення фальшивих профілів, поширення паніки або підриву довіри до справжніх доказів [7, 8].

Небезпека діпфейків і ШІ-згенерованого контенту полягає не лише в тому, що вони можуть вводити аудиторію в оману. Поширення таких технологій поступово знижує рівень довіри до фото-, відео- та аудіоматеріалів загалом. У суспільстві можуть виникати сумніви щодо будь-якого візуального доказу, адже навіть автентичні матеріали іноді сприймаються як можливі підробки. У результаті межа між реальним і штучно створеним контентом стає менш чіткою, що ускладнює роботу журналістів, фактчекерів та інших фахівців, які займаються перевіркою інформації.

Окрему увагу варто приділити генеративному штучному інтелекту, який дає змогу швидко створювати зображення, відео, графіку та інші візуальні матеріали на основі текстових запитів. Такі технології відкривають нові можливості для медіа, реклами та цифрової комунікації, адже спрощують виробництво контенту, розширюють креативні можливості та дозволяють адаптувати матеріали до різних платформ. Водночас генеративний ШІ створює ризики, пов'язані з достовірністю, авторським правом, етикою та можливим введенням аудиторії в оману. Автоматично створені образи можуть виглядати переконливо, але не відповідати реальності або навмисно її спотворювати [2].

ШІ-згенерований контент може мати певні ознаки, які допомагають його виявити. До них належать неприродна міміка, незвичні рухи губ, невідповідність між голосом і зображенням, розмиті або викривлені елементи фото, неприродні деталі обличчя, рук чи фону, надмірна симетричність, помилки в тексті на зображеннях, а також об'єкти, які виглядають недоречно або нелогічно. Проте з розвитком технологій такі ознаки стають менш помітними, тому користувачам важливо не покладатися виключно на візуальне враження [7, 8].

Рис. 1.2 - Ознаки ШІ-згенерованого контенту (розроблено автором)



Програма «Медіакультура» підкреслює необхідність формування навичок безпечної поведінки в цифровому середовищі, зокрема культури спілкування в соціальних мережах, протидії кібербулінгу та розвитку відповідального ставлення до створення й поширення інформації [20].

Протидія дезінформації, фейкам і діпфейкам має здійснюватися на кількох рівнях. Технічний рівень передбачає використання алгоритмів для виявлення підробок, спеціалізованих детекторів і цифрових інструментів перевірки. Платформний рівень пов'язаний із маркуванням маніпулятивного контенту, обмеженням його поширення або видаленням. Законодавчий рівень передбачає правове врегулювання відповідальності за створення та поширення шкідливих підробок. Водночас особливо важливим залишається індивідуальний рівень - критичне мислення та медіаграмотність самих користувачів.

З огляду на масштаби поширення дезінформації та розвиток технологій штучного інтелекту особливого значення набуває формування навичок її виявлення та протидії.

Користувач має вміти аналізувати джерело повідомлення, перевіряти дату й контекст публікації, звертати увагу на емоційність заголовків, шукати підтвердження в інших надійних ресурсах і не поширювати сумнівний контент без попередньої оцінки. В умовах розвитку штучного інтелекту важливо також формувати звичку ретельної перевірки візуальних матеріалів: аналізувати деталі зображення, знаходити першоджерело, використовувати зворотний пошук фото та критично оцінювати, чи не є матеріал штучно згенерованим.

Значну роль у протидії дезінформації виконують фактчекінгові організації та незалежні медіапроекти. Вони перевіряють сумнівні повідомлення, аналізують джерела, спростовують неправдиві твердження та пояснюють, як працюють маніпулятивні прийоми. У сучасному інформаційному просторі фактчекінг є важливим засобом посилення інформаційної безпеки та розвитку медіаграмотності аудиторії.

Особливої небезпеки дезінформація набуває в умовах інформаційної війни. Фейкові повідомлення, змонтовані фото й відео можуть застосовуватися для поширення паніки, дестабілізації суспільства, впливу на громадську думку та підриву довіри до державних інституцій і медіа. У цифровому середовищі інформація виступає не лише засобом комунікації, а й інструментом впливу та протистояння.

У таких умовах особливої ваги набуває формування практичних умінь перевіряти інформацію та критично оцінювати цифровий контент. Користувачам важливо не лише знати базові інструменти фактчекінгу, а й розуміти, як працюють алгоритми соціальних мереж і технології штучного інтелекту. Поєднання медіаграмотності, цифрової грамотності та ІІІ-грамотності створює підґрунтя для безпечної й усвідомленої взаємодії людини з сучасним інформаційним середовищем.

Отже, дезінформація, фейкові повідомлення та дідфейки є одними з найпомітніших викликів сучасного медіасередовища. Вони впливають на суспільні настрої, посилюють емоційну напругу, підривають довіру до медіа та можуть використовуватися як засіб інформаційного впливу. За таких умов медіаграмотність набуває особливого значення, оскільки допомагає користувачам розпізнавати маніпуляції, перевіряти достовірність повідомлень і відповідально взаємодіяти з цифровим контентом. Саме тому створення медіаосвітніх проєктів, зокрема Instagram-сторінки AInspect, є актуальним способом розвитку практичних навичок критичного аналізу, перевірки інформації та розпізнавання ШІ-згенерованого й маніпулятивного контенту.

1.4. Методи та інструменти формування медіаграмотності в цифровому середовищі

Формування медіаграмотності в сучасному цифровому середовищі потребує комплексного підходу, який поєднує теоретичні знання та практичні навички. Одним із ключових напрямів є розвиток критичного мислення, що дає змогу аналізувати інформацію, оцінювати її достовірність і розпізнавати маніпулятивні впливи.

Дослідники також підкреслюють, що розвиток медіаграмотності має здійснюватися не лише через засвоєння теоретичних знань, а й через розвиток практичних навичок взаємодії з інформацією. У сучасних наукових дослідженнях зазначається, що медіаосвіта повинна орієнтуватися на активне залучення користувачів до аналізу медіаконтенту, перевірки інформації та критичного оцінювання цифрових матеріалів. Підкреслюється, що в умовах цифрового середовища особливого значення набуває здатність користувачів самостійно аналізувати інформаційні потоки, розпізнавати маніпулятивні технології та відповідально взаємодіяти з медіа [1].

В умовах розвитку цифрових технологій і штучного інтелекту медіаграмотність дедалі більше поєднується з цифровою грамотністю та ШІ-грамотністю. Користувачі повинні не лише вміти перевіряти інформацію, а й

розуміти особливості функціонування алгоритмів соціальних мереж, рекомендаційних систем і технологій генеративного штучного інтелекту. Це пов'язано з тим, що сучасний інформаційний простір значною мірою формується автоматизованими системами, які впливають на поширення інформаційних матеріалів та їх сприйняття аудиторією [7, 8].

Важливим напрямом сучасних досліджень є формування критичної ІІІ-грамотності в умовах поширення генеративного штучного інтелекту. Зокрема, дослідження Gupta та Shivers-McNair показує, що соціальні мережі стали простором поширення нових цифрових практик, пов'язаних із використанням ChatGPT та створенням prompt-запитів. Автори зазначають, що навички взаємодії зі штучним інтелектом поступово стають складовою сучасної цифрової та медіаграмотності, оскільки користувачі мають не лише використовувати ІІІ-інструменти, а й критично оцінювати результати їхньої роботи [2].

У міжнародному науковому дискурсі ІІІ-грамотність дедалі частіше розглядається як невід'ємна складова цифрової та медіаграмотності. Зокрема, у проєкті AI Literacy Framework, розробленому за підтримки Європейської комісії та OECD, визначено чотири ключові напрями розвитку ІІІ-грамотності: розуміння принципів роботи штучного інтелекту, критичне оцінювання його можливостей і ризиків, відповідальне використання ІІІ-інструментів та усвідомлення їхнього впливу на суспільство. Особлива увага приділяється здатності користувачів аналізувати алгоритми рекомендацій, розпізнавати інформаційні бульбашки та критично оцінювати контент, створений за допомогою штучного інтелекту [23].

Узагальнивши результати 30 наукових досліджень, D. T. K. Ng та співавтори запропонували концептуальну модель ІІІ-грамотності, яка включає чотири основні компоненти: знання та розуміння штучного інтелекту, використання та застосування AI-технологій, здатність оцінювати й створювати AI-рішення, а також усвідомлення етичних аспектів використання штучного інтелекту [27].

L. Casal-Otero та співавтори розглядають ІІІ-грамотність як важливу освітню компетентність, що має формуватися не лише через засвоєння технічних понять, а й через розвиток критичного розуміння ролі штучного інтелекту в повсякденному житті. Автори виокремлюють три напрями формування ІІІ-грамотності: навчання про ІІІ, розуміння принципів його роботи та підготовку до життя в суспільстві, де людина постійно взаємодіє з ІІІ-технологіями. Такий підхід є важливим для медіаосвітніх проєктів, оскільки дозволяє поєднувати пояснення технологій із розвитком критичного мислення, етичної відповідальності та навичок безпечної взаємодії з цифровим контентом [28].

Отже, сучасні наукові підходи демонструють, що ІІІ-грамотність виходить за межі суто технічних знань про алгоритми та цифрові інструменти. Більшість дослідників розглядають її як комплексну компетентність, що поєднує розуміння принципів роботи штучного інтелекту, критичне оцінювання результатів його діяльності, практичне використання технологій та усвідомлення етичних аспектів їх застосування.

Вагомий внесок у розвиток концепції ІІІ-грамотності зробили D. Long та B. Magerko, які розглядають штучний інтелект як нову сферу компетентностей, необхідних для ефективної взаємодії людини з цифровими технологіями. На думку дослідників, ІІІ-грамотність являє собою сукупність знань, умінь і навичок, що дають змогу користувачам критично оцінювати технології штучного інтелекту, ефективно взаємодіяти з ними та застосовувати їх у професійній діяльності, навчанні й повсякденному житті [26].

Автори наголошують, що важливою складовою ІІІ-грамотності є не лише розуміння можливостей штучного інтелекту, а й усвідомлення принципів його функціонування. Зокрема, користувачі повинні вміти розпізнавати системи, що використовують ІІІ, розуміти різницю між вузьким та загальним штучним інтелектом, оцінювати сильні й слабкі сторони

алгоритмів, а також усвідомлювати роль людини у створенні, навчанні та налаштуванні таких систем [26].

Окрему увагу дослідники приділяють розвитку критичного мислення щодо використання штучного інтелекту. Вони підкреслюють необхідність аналізу джерел даних, на яких навчаються алгоритми, оцінювання можливих упереджень у результатах роботи систем та розуміння етичних аспектів застосування ШІ. До ключових викликів автори відносять питання конфіденційності даних, алгоритмічної упередженості, дезінформації, прозорості роботи алгоритмів і відповідальності за рішення, прийняті за допомогою технологій штучного інтелекту [26].

У сучасному цифровому середовищі важливим компонентом медіаграмотності стає AI literacy (грамотність у сфері штучного інтелекту). За визначенням UNESCO, вона включає знання, навички та ціннісні орієнтації, необхідні для розуміння можливостей і обмежень ШІ. AI literacy поєднує навички роботи з даними (data literacy) та розуміння принципів функціонування алгоритмів (algorithm literacy) [42].

Формування медіаграмотності на практиці передбачає використання різноманітних інструментів, серед яких важливе місце посідають фактчекінг, аналіз джерел, порівняння інформації з різних ресурсів та виявлення ознак маніпулятивного контенту [1].

У контексті розвитку штучного інтелекту особливого значення набуває вміння розпізнавати ШІ-згенерований контент. Це передбачає аналіз візуальних деталей, перевірку походження зображень, оцінку достовірності інформації та використання надійних джерел [7, 8].

Соціальні мережі сьогодні виконують не лише комунікаційну, а й освітню функцію, створюючи середовище для поширення знань, обміну досвідом та розвитку цифрових компетентностей користувачів [17].

Однією з переваг соціальних мереж є можливість організації мережної взаємодії між користувачами. У таких умовах навчання відбувається не лише

через отримання інформації, а й через обмін досвідом, участь у спільних обговореннях та взаємодію в тематичних спільнотах [18].

Не менш важливим чинником залишається особиста відповідальність користувача. Саме індивідуальні навички критичного мислення, перевірки інформації та дотримання інформаційної гігієни є основою ефективної протидії дезінформації в цифровому середовищі [1].

S. C. Kong та G. Zhang пропонують розглядати ІІІ-грамотність через три взаємопов'язані виміри: когнітивний, афективний і соціокультурний. Когнітивний вимір охоплює знання базових понять штучного інтелекту та здатність застосовувати їх для аналізу реальних ситуацій. Афективний вимір пов'язаний із відчуттям упевненості користувача у взаємодії з ІІІ-технологіями, а соціокультурний - з етичним і відповідальним використанням штучного інтелекту в суспільстві. Такий підхід є важливим для медіаосвітніх проєктів, оскільки поєднує знання про технології, практичну взаємодію з ними та усвідомлення їхніх соціальних наслідків [29].

М. Laurichler та співавтори (2023) запропонували модель AI literacy для нетехнічних користувачів (TUCARA), яка охоплює технічне розуміння принципів роботи штучного інтелекту, критичне оцінювання результатів його функціонування та практичне застосування ІІІ-інструментів. На думку дослідників, ІІІ-грамотність передбачає не лише знання принципів роботи технологій штучного інтелекту, а й здатність критично оцінювати їхні можливості та обмеження, а також ефективно використовувати ІІІ для розв'язання практичних завдань. Важливою складовою такого підходу є також відповідальне та етичне використання технологій штучного інтелекту. Такий підхід є особливо важливим у контексті формування навичок безпечної та відповідальної взаємодії з цифровим контентом [30].

Для цієї роботи доцільно виокремити чотири складові ІІІ-грамотності:

- Technical - розуміння основ роботи штучного інтелекту,
- Evaluative - критичне оцінювання ІІІ-інструментів і результатів їхньої роботи,

- Practical - практичне застосування технологій штучного інтелекту,
- Ethical - відповідальне використання ШІ, запобігання упередженості, зловживанням і некоректному застосуванню технологій.

Наведені підходи свідчать про те, що сучасна ШІ-грамотність виходить за межі технічних знань про алгоритми. Вона поєднує розуміння принципів роботи штучного інтелекту, критичне оцінювання результатів його діяльності, практичні навички використання цифрових інструментів та усвідомлення етичних наслідків їх застосування.

М. Kassorla, М. Georgieva та А. Papini розглядають ШІ-грамотність у сфері навчання через чотири ключові напрями: технічне розуміння принципів роботи штучного інтелекту, критичне оцінювання ШІ-інструментів та їхніх результатів, практичне застосування ШІ в освітній діяльності, а також етичне використання технологій із урахуванням ризиків упередженості, зловживання та неправильного застосування. Такий підхід підкреслює, що ШІ-грамотність має поєднувати знання про технології, практичні навички, критичне мислення та відповідальне ставлення до цифрових інструментів [31].

Kong, Cheung та Tsang розглядають ШІ-грамотність як багатовимірну компетентність, що охоплює когнітивний, метакогнітивний, афективний і соціальний виміри. Когнітивний вимір пов'язаний із розумінням основних понять штучного інтелекту, метакогнітивний - із здатністю застосовувати ШІ для розв'язання реальних проблем, афективний - із готовністю та впевненістю користувача взаємодіяти з такими технологіями, а соціальний - з усвідомленням етичних принципів використання ШІ [32].

Дослідники також підкреслюють ефективність проєктного навчання у формуванні ШІ-грамотності. Результати їхнього дослідження показали, що виконання практичних проєктів сприяє кращому засвоєнню понять ШІ, розвитку навичок розв'язання проблем, підвищенню впевненості у використанні ШІ-інструментів та формуванню відповідального ставлення до етичних аспектів їх застосування [32].

У дослідженнях, присвячених ШІ-грамотності, підкреслюється важливість адаптації навчального контенту до віку, рівня підготовки та досвіду аудиторії. Su, Ng та Chu зазначають, що ефективне формування ШІ-грамотності потребує зрозумілих інструментів, практичних завдань, інтерактивного навчання та пояснення не лише можливостей, а й обмежень і ризиків штучного інтелекту [33].

Окремим напрямом є GenAI literacy (грамотність у сфері генеративного штучного інтелекту), яка розглядається як сукупність знань, навичок і компетентностей, необхідних для ефективної взаємодії з генеративним штучним інтелектом. До таких компетентностей належать створення ефективних запитів (prompting), критична оцінка результатів роботи ШІ та розуміння етичних аспектів використання відповідних технологій [34].

Стрімке поширення генеративного штучного інтелекту в освіті та повсякденному житті зумовлює необхідність розвитку відповідної грамотності користувачів. Недостатній рівень таких компетентностей може призводити до некритичного сприйняття контенту, поширення дезінформації та неетичного використання інструментів штучного інтелекту [34].

Jin та співавтори виділяють чотири ключові складові GenAI-грамотності: Know & Understand (знання та розуміння принципів роботи ШІ), Use & Apply (практичне використання інструментів ШІ), Evaluate & Create (оцінювання та створення контенту за допомогою ШІ) та Ethics (етичні аспекти використання технологій) [34].

Огляд наукових досліджень, проведений Sperling та співавторами, показав, що AI literacy є одним із нових і перспективних напрямів у сфері освіти, однак питання підготовки педагогів та формування навичок роботи зі штучним інтелектом досі недостатньо досліджені [36]. Автори зазначають, що AI literacy має охоплювати не лише теоретичне розуміння принципів роботи штучного інтелекту, а й практичні навички його використання та критичне осмислення етичних аспектів застосування таких технологій.

Дослідники наголошують на необхідності розвитку в користувачів здатності оцінювати можливості та обмеження ШІ, аналізувати потенційні ризики, пов'язані з упередженістю алгоритмів, обробкою даних та поширенням недостовірної інформації. Окремо підкреслюється важливість формування критичного ставлення до результатів роботи штучного інтелекту та розвитку навичок відповідального використання цифрових технологій [36].

Chiu та співавтори розмежовують поняття ШІ-грамотності та ШІ-компетентності. На думку дослідників, ШІ-грамотність пов'язана насамперед із розумінням принципів роботи штучного інтелекту, тоді як ШІ-компетентність передбачає здатність упевнено й відповідально застосовувати ці знання на практиці. Автори виокремлюють п'ять ключових компонентів ШІ-компетентності: розуміння технологій, усвідомлення впливу ШІ на суспільство, етичне використання, співпрацю з ШІ-системами та саморефлексію щодо власного рівня знань [36].

Для цієї роботи важливим є також акцент авторів на саморефлексії та безперервному оновленні знань про ШІ, оскільки технології штучного інтелекту швидко змінюються. Це підтверджує необхідність створення медіаосвітнього контенту, який не лише пояснює принципи роботи ШІ, а й формує в аудиторії навички критичного оцінювання, відповідального використання та усвідомлення можливих ризиків ШІ-технологій [36].

Yim зазначає, що сучасна ШІ-грамотність формується на перетині цифрової грамотності, дата-грамотності, обчислювального мислення та етичного розуміння технологій. Тому формування компетентностей у сфері штучного інтелекту потребує міждисциплінарного підходу, який враховує не лише технічні аспекти, а й соціальні наслідки використання ШІ [38].

На думку Yim, розвиток ШІ-грамотності не повинен обмежуватися засвоєнням технічних знань про алгоритми та програмування. Важливими складовими є критичне мислення, творчий підхід до використання технологій та усвідомлення етичних ризиків, пов'язаних із застосуванням штучного інтелекту [38].

Дослідниця наголошує, що ІІІ-грамотність повинна включати розуміння етичних і суспільних наслідків використання штучного інтелекту, зокрема проблем упередженості алгоритмів, достовірності інформації та відповідального використання технологій [38].

У сучасних міжнародних підходах AI literacy розглядається як сукупність знань, навичок і ціннісних орієнтацій, які допомагають людині розуміти можливості та обмеження штучного інтелекту, критично оцінювати його використання та приймати усвідомлені рішення щодо взаємодії з такими технологіями [41].

У звіті UNESCO серед важливих результатів навчання виокремлено критичне мислення, відповідальне ставлення до даних, розуміння алгоритмічної упередженості, захист приватності та здатність розпізнавати маніпулятивний цифровий контент [41].

В умовах активного розвитку технологій штучного інтелекту важливою складовою сучасної медіаграмотності стає ІІІ-грамотність (AI literacy). Вона охоплює знання та навички, необхідні для розуміння принципів роботи ІІІ-систем, критичного оцінювання результатів їхньої роботи та відповідального використання цифрових інструментів [41].

Згідно з AI Literacy Competency Framework, до ключових компетентностей належать: розуміння даних (data literacy), здатність аналізувати інформацію, отриману на основі даних (learning from data), критичне трактування результатів роботи алгоритмів (critically interpreting data), усвідомлення ролі людини у створенні та контролі систем штучного інтелекту (human role in AI), розуміння сильних і слабких сторін алгоритмів (AI strengths and weaknesses), а також знання етичних аспектів використання ІІІ (ethics) [41].

Для формування медіаграмотності особливе значення мають навички критичної оцінки інформації, виявлення можливих алгоритмічних упереджень, розуміння механізмів роботи цифрових платформ та усвідомлення відповідальності людини за використання технологій штучного

інтелекту. Саме ці компетентності дозволяють користувачам ефективно протидіяти дезінформації та маніпуляціям у цифровому середовищі [41].

Отже, сучасні підходи до формування медіаграмотності поєднують розвиток критичного мислення, навичок перевірки інформації, цифрової грамотності та компетентностей у сфері штучного інтелекту. В умовах цифрової трансформації користувач повинен не лише споживати інформацію, а й розуміти механізми її створення, поширення та алгоритмічного відбору, критично оцінювати результати роботи ШІ-систем і відповідально використовувати цифрові технології. Саме поєднання цих компетентностей створює основу для безпечної та усвідомленої взаємодії з сучасним інформаційним середовищем.

Висновки до розділу 1

У першому розділі розглянуто теоретичні засади медіаграмотності, особливості функціонування соціальних мереж, виклики дезінформації та роль ШІ-грамотності в сучасному цифровому середовищі.

Проведене дослідження засвідчило, що медіаграмотність є важливою складовою інформаційної культури сучасної людини. Вона дає змогу критично оцінювати отримані повідомлення, аналізувати їхній зміст, перевіряти надійність джерел, виявляти маніпулятивні прийоми та свідомо взаємодіяти з медіаконтентом. Водночас у цифрову епоху медіаграмотність охоплює ширше коло компетентностей, зокрема навички фактчекінгу, основи цифрової безпеки, візуальний аналіз контенту та розуміння принципів роботи онлайн-платформ і алгоритмів рекомендацій.

Аналіз особливостей функціонування соціальних мереж показав, що вони мають суттєвий вплив на формування сучасного інформаційного середовища. Соціальні платформи забезпечують оперативний обмін інформацією, створюють можливості для інтерактивної комунікації та використання різноманітних освітніх форматів. Водночас саме через них активно поширюються дезінформація, маніпулятивний контент, інформаційні

бульбашки та повідомлення, розраховані насамперед на емоційну реакцію аудиторії.

У межах дослідження розглянуто фейки, дезінформацію та дїпфейки як одні з найбільш актуальних викликів сучасного медіасередовища. Встановлено, що поширення генеративного штучного інтелекту суттєво ускладнює оцінювання достовірності інформації, адже сучасні ШІ-системи здатні створювати переконливі тексти, зображення, відео та аудіоматеріали. За таких умов зростає ймовірність маніпулятивного впливу, що посилює потребу в розвитку навичок критичного аналізу та перевірки цифрового контенту.

Узагальнення наукових підходів дало змогу встановити, що в умовах стрімкого розвитку технологій штучного інтелекту медіаграмотність дедалі частіше розглядається у взаємозв'язку із ШІ-грамотністю. Вона охоплює не лише знання про принципи функціонування ШІ-систем, а й уміння критично оцінювати результати їхньої роботи, усвідомлювати можливі етичні ризики, прояви алгоритмічної упередженості та відповідально використовувати цифрові технології.

Проведене дослідження засвідчило важливість медіаосвітніх ініціатив, спрямованих на розвиток критичного мислення, навичок перевірки інформації та розпізнавання контенту, створеного за допомогою штучного інтелекту. У цьому контексті Instagram-сторінка AIInspect може слугувати ефективним засобом підвищення рівня медіаграмотності аудиторії, допомагаючи користувачам критично оцінювати інформацію, краще орієнтуватися в цифровому середовищі та розпізнавати маніпулятивний контент.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕМАТИЧНОЇ СТОРІНКИ AInspect В INSTAGRAM ЯК ІНСТРУМЕНТУ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

2.1. Концепція та ідея створення тематичної сторінки AInspect

У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі є не лише засобом комунікації, а й простором поширення знань, формування суспільних компетентностей та впливу на інформаційну поведінку аудиторії.

Поява ІІІ-технологій змінила характер інформаційного простору: користувачі дедалі частіше стикаються з контентом, який створено або модифіковано за допомогою алгоритмів. Це ускладнює процес розпізнавання достовірної інформації та підвищує ризики поширення дезінформації, фейкових зображень, діпфейків і маніпулятивних повідомлень [8, 10].

Ідея створення тематичної сторінки AInspect полягає у формуванні в аудиторії практичних навичок розпізнавання ІІІ-згенерованого контенту, фейкових зображень та маніпулятивних матеріалів. Проєкт спрямований на підвищення рівня медіаграмотності шляхом адаптації складних тем до доступного, візуального та зрозумілого формату [8].

У програмі зазначається, що сучасна медіаосвіта має не лише навчати споживати інформацію, а й формувати навички створення власного медіаконтенту, відповідального поширення інформації та безпечної взаємодії в цифровому середовищі. Це підтверджує актуальність використання соціальних мереж як платформи для розвитку медіаграмотності аудиторії [20].

Основною метою проєкту є розвиток навичок критичного аналізу інформації та формування вмінь розпізнавати фейки, діпфейки й ІІІ-згенеровані матеріали в соціальних мережах.

Для досягнення поставленої мети було визначено кілька завдань проєкту: пояснити принципи роботи сучасних ІІІ-технологій; ознайомити аудиторію з ознаками ІІІ-згенерованого контенту та діпфейків; розвивати навички перевірки інформації й фактчекінгу; формувати критичне ставлення

до цифрового контенту; залучати користувачів до виконання практичних інтерактивних завдань.

Цільовою аудиторією сторінки AInspect є насамперед молодь віком від 18 до 35 років, яка активно використовує соціальні мережі для отримання інформації, навчання та повсякденної комунікації. Особлива увага приділяється студентам, молодим фахівцям і користувачам, які регулярно взаємодіють із цифровим контентом та інструментами штучного інтелекту. Саме ця аудиторія найчастіше стикається з ШІ-згенерованими матеріалами, тому потребує розвитку навичок їх критичного оцінювання та перевірки.

Instagram є популярною соціальною мережею серед молоді, тому може використовуватися не лише для розваг, а й для навчання та поширення освітнього контенту. У сучасних умовах платформа дедалі частіше виконує функцію освітнього середовища, що сприяє поширенню знань і розвитку суспільно важливих компетентностей. Поєднання візуальних і текстових форматів дає змогу подавати інформацію у зрозумілому та доступному вигляді, створюючи додаткові можливості для навчання, взаємодії з аудиторією та кращого сприйняття матеріалу [15, 16].

Очікується, що реалізація проєкту AInspect сприятиме підвищенню рівня медіаграмотності аудиторії та розвитку навичок критичного оцінювання цифрового контенту. Завдяки поєднанню освітніх матеріалів, практичних прикладів та інтерактивних завдань користувачі зможуть краще розпізнавати ознаки ШІ-згенерованого контенту, перевіряти достовірність інформації та усвідомлено взаємодіяти з матеріалами, які поширюються в соціальних мережах. Важливим результатом проєкту також має стати формування відповідального ставлення до використання технологій штучного інтелекту в інформаційному просторі.

Важливою особливістю проєкту є поєднання теоретичних пояснень із практичними прикладами. Такий підхід дає змогу не лише ознайомлювати аудиторію з особливостями функціонування ШІ-технологій, а й формувати

практичні навички їх критичного оцінювання в повсякденному інформаційному середовищі.

Концепція сторінки базується на поєднанні освітнього контенту, практичних завдань та інтерактивної взаємодії з аудиторією.

№	Тип контенту	Тема	Формат	Мета
1	Інтерактивний пост	Який кіт реальний, а який ШІ	Карусель	Залучення + практика
2	Рілс	Ознаки AI-зображень	Відео	Інформування
3	Пост	Чому ми віримо ШІ	Текст/візуал	Формування критичного мислення
4	Пост-карусель	Що таке дипфейк	Освітній	Навчання
5	Пост	Де ми бачимо ШІ щодня	Інформаційний	Усвідомлення
6	Рілс	Маніпуляції в рекламі	Відео	Розвиток критичного мислення

Таблиця 2.1 - Контент-план сторінки AIInspect

Запропонований контент-план поєднує інформаційні, освітні та інтерактивні формати. Такий підхід дає змогу не лише ознайомлювати аудиторію з принципами роботи штучного інтелекту, а й формувати практичні навички розпізнавання ШІ-згенерованого контенту та критичного аналізу інформації. Логіку реалізації проєкту AIInspect відображено у вигляді дерева цілей (рис. 2.1).

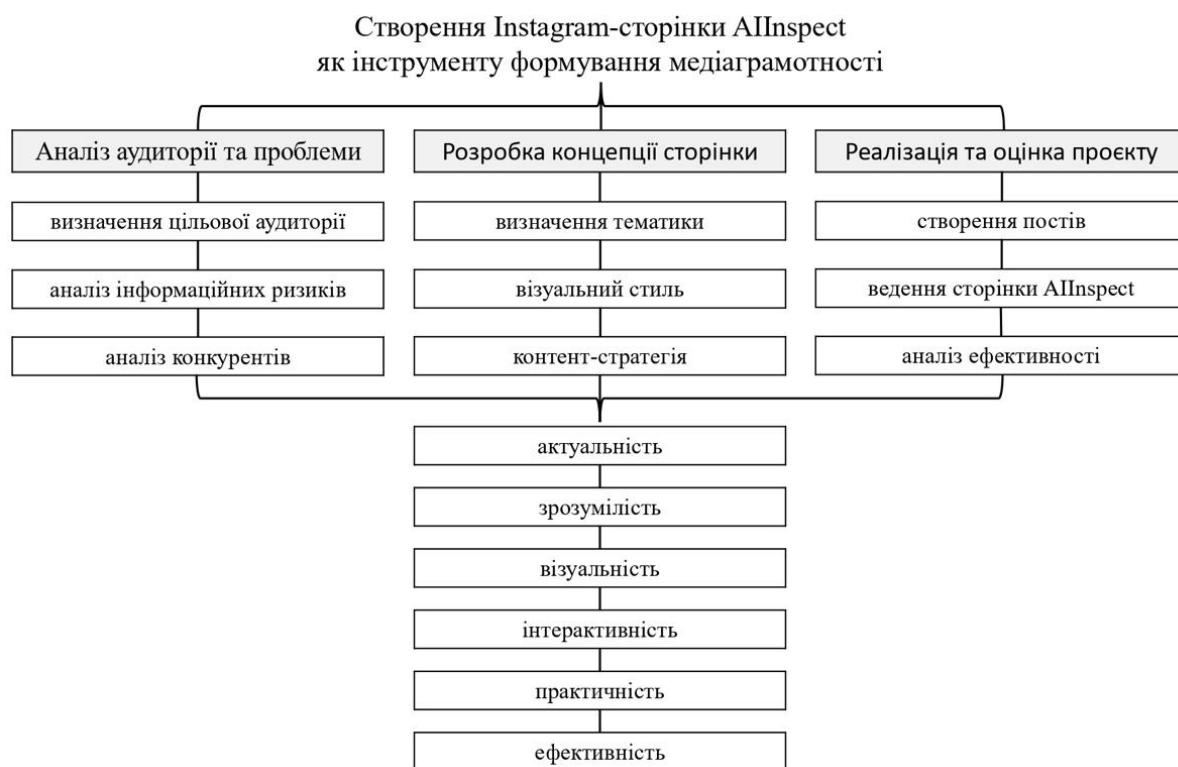


Рис. 2.1 - Дерево цілей проєкту AIInspect

Дерево цілей відображає логіку реалізації проєкту: від аналізу аудиторії та проблеми до розробки концепції, створення контенту й оцінки його ефективності. Такий підхід дає змогу системно організувати процес розробки медіаосвітнього продукту.

Центральною метою проєкту є підвищення рівня медіаграмотності користувачів через розвиток навичок перевірки інформації та розпізнавання ШІ-контенту. Для досягнення цієї мети передбачено створення освітніх матеріалів, використання інтерактивних форматів і залучення аудиторії до практичних завдань.

Процес створення медіапроєкту передбачає кілька етапів: розроблення концепції та ідеї, проєктування, створення інформаційних об'єктів, налагодження взаємодії з користувачем, тестування та подальший випуск продукту. Під час створення тематичної сторінки AIInspect зазначені етапи були адаптовані до формату Instagram-проєкту: від формування концепції та контентної стратегії до підготовки публікацій, взаємодії з аудиторією та оцінювання отриманих результатів [21].

Актуальність створення сторінки AIInspect також пов'язана зі швидким розвитком генеративного штучного інтелекту. Дослідження Pursnani et al. показує, що модель GPT-4 здатна виконувати складні навчальні та тестові завдання, що свідчить про зростання ролі великих мовних моделей в освітньому середовищі [40]. Водночас поширення таких інструментів потребує від користувачів навичок критичного оцінювання ШІ-контенту та розуміння можливих ризиків його використання.

Для реалізації сторінки AIInspect доцільно спиратися на практикоорієнтовані підходи, які UNESCO визначає як ефективні для розвитку AI literacy: проєктне навчання, групову взаємодію, аналіз реальних прикладів та активне залучення користувачів до виконання завдань [41].

Дослідження показало, що користувачі використовують Instagram для самоосвіти, отримання практичних порад, навчальних матеріалів та експертних рекомендацій. Це підтверджує можливість використання

платформи для реалізації освітніх проєктів, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності аудиторії [42].

Таким чином, AInspect є медіаосвітнім проєктом, спрямованим на розвиток навичок критичного аналізу інформації, перевірки цифрового контенту та розпізнавання матеріалів, створених за допомогою технологій штучного інтелекту.

2.2 Аналіз подібних медіаосвітніх сторінок

Для розробки концепції Instagram-сторінки AInspect було проведено аналіз подібних медіаосвітніх сторінок, присвячених темам медіаграмотності, фактчекінгу та штучного інтелекту. До дослідження було включено як українські, так і міжнародні проєкти.

Таблиця 2.2 - Аналіз подібних медіаосвітніх сторінок

Назва сторінки	Тематика	Формат контенту	Візуальний стиль	Залученість	Комунікація	Унікальність
News Literacy Project (@newslitproject)	медіаграмотність, новини	каруселі, пости, Reels	мінімалістичний, інфографіка	середня (20-800 лайків)	низька (відповіді відсутні)	освітній контент, кейси
Media Literacy (@media.literacy)	медіаграмотність, критичне мислення	пости, каруселі (без Reels)	єдиний стиль, яскраві кольори (зелений), текстові меседжі	низька (0-70 лайків, майже без коментарів)	низька (відповіді відсутні)	багатомовний контент, філософський підхід
Медіаграмотність Куншт ПРУФ (@media_literacy_ua)	медіаграмотність, фейки, критичне мислення, цифрова безпека	переважно Reels, розмовні відео; іноді каруселі	неформальний, «живий», без чітко єдиного стилю	середня/низька : приблизно 5-86 лайків	низька: коментарів мало, відповідей майже немає	молодіжна подача, участь підлітків, просте пояснення складних тем
Artificial Intelligence AI (@getintoai)	новини штучного інтелекту, ШІ-технології, цифрові тренди	Reels, пости, каруселі	сучасний, динамічний, ШІ-візуал	висока: 200-3300+ лайків, 10-40 коментарів	низька: відповіді на коментарі майже відсутні	швидке висвітлення ШІ-новин та трендів

Проведений аналіз засвідчив, що більшість медіаосвітніх сторінок використовують візуальні та короткі формати подачі інформації: каруселі, Reels, інфографіку та пояснювальні пости. Водночас у багатьох проєктах

спостерігається невисокий рівень комунікації з аудиторією: коментарі часто залишаються без відповідей, інтерактивні формати застосовуються нерегулярно, а залучення користувачів переважно обмежується переглядами та вподобаннями. Крім того, тема розпізнавання ШІ-згенерованого контенту та дипфейків висвітлена недостатньо, попри її актуальність в умовах стрімкого розвитку технологій штучного інтелекту.

На основі проведеного аналізу визначено, що сторінка AInspect має поєднувати освітній, практичний та інтерактивний підходи. На відміну від розглянутих сторінок, сторінка AInspect зосереджується на виявленні ознак ШІ-згенерованого контенту, поєднує теоретичні пояснення з практичними прикладами та орієнтується на активну взаємодію з користувачем. Для цього передбачено використання тестів, порівняння реальних і ШІ-згенерованих зображень, аналіз візуальних ознак і самостійну перевірку матеріалів.

Унікальність сторінки AInspect полягає в поєднанні тем медіаграмотності та ШІ-грамотності з практичним навчанням розпізнаванню ШІ-згенерованого контенту й дипфейків. Особливістю проєкту є орієнтація на відпрацювання навичок через тести, порівняльні приклади та інтерактивні завдання, що сприяє активнішому залученню аудиторії.

Дослідження О. Ковальнової, присвячене використанню Instagram для розвитку читацької культури підлітків, підтверджує, що ця соціальна мережа має значний комунікативний та освітній потенціал. Авторка зазначає, що Instagram поєднує короткі, візуальні та емоційні формати контенту, які є зрозумілими й привабливими для молодіжної аудиторії. Крім того, взаємодія через дописи, коментарі, відповіді, хештеги та візуальні матеріали може сприяти залученню користувачів і розвитку медіаграмотності [14].

Отже, AInspect вирізняється серед подібних освітніх сторінок практичною спрямованістю та спеціалізацією на розпізнаванні ШІ-згенерованого контенту й дипфейків.

Розроблена сторінка AInspect відповідає сучасним завданням медіаосвіти, оскільки спрямована на підвищення рівня медіаграмотності

аудиторії, розвиток критичного мислення та формування навичок безпечної взаємодії з цифровим контентом [19].

Під час розробки контентної стратегії AInspect було враховано рекомендації Long і Magerko щодо розвитку AI literacy. Контент орієнтується на розвиток критичного мислення, використання актуальних для аудиторії прикладів та подолання поширених хибних уявлень про штучний інтелект [41].

Автори наголошують, що користувачам часто складно розрізняти факти та особисті думки, а також оцінювати достовірність інформації в соціальних мережах. У зв'язку з цим особливого значення набувають проєкти, спрямовані на розвиток навичок критичного аналізу цифрового контенту [42].

Результати проведеного аналізу дали змогу визначити найбільш ефективні підходи до створення медіасвітнього контенту в Instagram. Зокрема, було враховано популярність коротких візуальних форматів, важливість інтерактивної взаємодії з аудиторією та потребу в поєднанні теоретичних пояснень із практичними прикладами.

Саме тому серед основних тематичних напрямів сторінки AInspect передбачено матеріали, присвячені перевірці фактів, розпізнаванню маніпуляцій та критичному аналізу контенту, створеного за допомогою технологій штучного інтелекту.

2.3. Цільова аудиторія та комунікаційна стратегія сторінки AInspect

Цільову аудиторію сторінки AInspect становлять переважно молоді користувачі соціальних мереж, серед яких студенти, журналісти-початківці, активні користувачі Instagram та особи, що регулярно споживають візуальний контент. Саме ця категорія користувачів часто взаємодіє з короткими форматами подачі інформації, швидко переглядає дописи, реагує на візуальні образи та не завжди перевіряє достовірність інформаційних джерел.

Актуальність вибору саме молодіжної аудиторії підтверджується сучасними дослідженнями медіаспоживання. Згідно з результатами

дослідження динаміки індексу медіаграмотності за 2020-2024 роки, у 2024 році кількість українців, які споживають суспільно-політичний контент у соціальних мережах, зростає з 62% до 70%. Крім того, молодь віком 18-35 років демонструє найвищий рівень цифрової компетентності та є найбільш активною аудиторією цифрових платформ і соціальних мереж. Саме ця група користувачів регулярно споживає значні обсяги візуального та короткоформатного контенту, що посилює важливість розвитку навичок критичного аналізу інформації, перевірки джерел і розпізнавання маніпулятивних повідомлень [4].

Дослідження також засвідчує, що 62% аудиторії вважають дезінформацію серйозною проблемою, а значна частина користувачів уже взаємодіє з технологіями штучного інтелекту. Це свідчить про зростання потреби в доступних медіаосвітніх проєктах, які допомагають користувачам критично оцінювати інформацію та розпізнавати маніпулятивні матеріали й ШІ-згенерований контент [4].

Для точнішого визначення комунікаційної стратегії аудиторію сторінки AInspect доцільно поділити на кілька груп. Основну аудиторію становлять молоді користувачі Instagram, які регулярно переглядають Reels, сторис і каруселі та активно взаємодіють із візуальними матеріалами. До додаткової аудиторії належать студенти, викладачі, журналісти-початківці, блогери та користувачі, які цікавляться питаннями штучного інтелекту, цифрової безпеки й медіаграмотності.

Практична потреба цієї аудиторії полягає не лише в отриманні загальної інформації про фейки чи штучний інтелект, а й у формуванні конкретних навичок: розпізнавати ознаки ШІ-згенерованих зображень, перевіряти джерела інформації, не поширювати сумнівний контент, відрізняти емоційні маніпуляції від фактів, аналізувати візуальні деталі та ставити критичні запитання до побаченого в соціальних мережах [8, 10].

Комунікаційна стратегія сторінки AInspect має будуватися на принципах доступності, візуальності, інтерактивності та практичності. Для

цього доцільно використовувати короткі заголовки, прості пояснення, порівняльні приклади, зіставлення реальних і ШІ-згенерованих матеріалів, опитування, тести, запитання до аудиторії та заклики до самостійної перевірки інформації. Такий формат відповідає особливостям споживання контенту в Instagram і дозволяє залучати користувачів до активної участі [6].

Тон комунікації сторінки має бути дружнім, пояснювальним і не надто академічним. Важливо не залякувати аудиторію штучним інтелектом, а демонструвати, як можна безпечно й критично взаємодіяти з цифровим контентом. Тому повідомлення сторінки мають поєднувати освітню функцію з практичними порадами, візуальними прикладами та елементами гейміфікації [8].

Характеристики цільової аудиторії та її комунікаційні потреби доцільно систематизувати у вигляді таблиці (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 - Характеристика цільової аудиторії та комунікаційних потреб сторінки AInspect

Критерій	Характеристика	Практичне значення для AInspect
Вікова категорія	18–35 років	Орієнтація на сучасні цифрові формати та швидке споживання контенту
Основна платформа	Instagram	Використання Reels, сторис, каруселей та інтерактивних форматів
Тип аудиторії	Молоді користувачі соцмереж, студенти, журналісти-початківці	Адаптація складних тем до доступної форми
Особливості медіаспоживання	Швидке переглядання короткого візуального контенту	Використання коротких пояснень і візуальних прикладів
Основні інтереси	ШІ, медіаграмотність, цифрова безпека, соцмережі	Формування тематичних рубрик і практичних матеріалів
Основні ризики	Фейки, діпфейки, маніпуляції, емоційний контент	Розробка контенту для розвитку критичного мислення
Практичні потреби	Перевірка інформації та аналіз ШІ-контенту	Створення інтерактивних тестів і прикладів
Формати взаємодії	Опитування, тести, інтерактивні рубрики	Підвищення залученості аудиторії

Очікуваний результат	Розвиток навичок критичного аналізу та інформаційної гігієни	Формування медіаграмотності користувачів
----------------------	--	--

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що цільова аудиторія AInspect характеризується високою активністю в цифровому середовищі та значним рівнем споживання візуального контенту. Саме тому для ефективної комунікації доцільно використовувати короткі, наочні та інтерактивні формати подачі інформації, які відповідають особливостям сприйняття контенту в Instagram.

Узагальнений портрет цільової аудиторії AInspect можна охарактеризувати як молодого користувача віком 18-35 років, який активно користується Instagram, регулярно переглядає короткі відеоформати та отримує значну частину інформації із соціальних мереж. Такий користувач цікавиться цифровими технологіями, однак не завжди має достатній рівень навичок для перевірки достовірності контенту та розпізнавання ШІ-згенерованих матеріалів. Саме тому контент сторінки орієнтований на зрозумілі пояснення, візуальні приклади та практичні завдання.

Автори зазначають, що соціальні мережі є більш привабливими для студентів і молоді порівняно з традиційними навчальними матеріалами, тому використання таких платформ може підвищувати зацікавленість аудиторії освітнім контентом [15].

Одними з найефективніших інструментів взаємодії з аудиторією в Instagram є Stories, опитування, інтерактивні запитання та відеоформати. Вони дають змогу не лише поширювати інформацію, а й підтримувати зворотний зв'язок із користувачами [15].

Використання зазначених інструментів дає змогу не лише підвищувати залученість аудиторії, а й формувати навички критичного оцінювання інформації та цифрового контенту.

Популярність Instagram серед молоді аудиторії створює сприятливі умови для реалізації освітніх і медіаосвітніх проєктів [16].

Важливою перевагою Instagram є можливість поєднання текстового, візуального та відеоконтенту в межах однієї платформи. Це дозволяє адаптувати матеріали до особливостей сприйняття сучасної аудиторії та робить освітній контент більш доступним і зрозумілим [16].

Під час розробки сторінки AInspect враховувалася можливість створення тематичної спільноти користувачів, об'єднаних інтересом до питань медіаграмотності та штучного інтелекту. Соціальні мережі дозволяють не лише поширювати інформацію, а й формувати середовище для обговорення, обміну думками та взаємного навчання користувачів [18].

Таким чином, визначення особливостей цільової аудиторії дає змогу адаптувати контент сторінки AInspect до сучасних моделей медіаспоживання. Орієнтація на візуальні, інтерактивні та короткоформатні матеріали сприяє кращому залученню користувачів і більш ефективному формуванню навичок медіаграмотності в соціальних мережах.

Одним із завдань медіаосвіти є формування вмінь аналізувати інформацію, розпізнавати маніпуляції, перевіряти достовірність повідомлень та створювати власний медіаконтент. Реалізація тематичної сторінки в соціальних мережах може виступати ефективним інструментом розвитку цих компетентностей у сучасної аудиторії [20].

Дослідження Лі та співавторів підкреслює ефективність проєктного навчання у формуванні ІІІ-грамотності. Автори зазначають, що практичні AI-інструменти можуть сприяти розвитку творчості, критичного мислення та кращому розумінню можливостей і обмежень штучного інтелекту. Водночас дослідники звертають увагу на важливість адаптації навчальних матеріалів до різного рівня підготовки аудиторії, а також на потребу пояснювати питання точності, достовірності та етичного використання ІІІ-згенерованого контенту [35].

Ng et al. доводять, що цифровий сторітелінг може бути ефективним педагогічним інструментом для розвитку ІІІ-грамотності, оскільки дає змогу пояснювати складні технологічні поняття через зрозумілі історії, візуальні

образи, мультимедійний контент і практичні сценарії. Для проєкту AIInspect ця ідея є важливою, оскільки Instagram-формати - Reels, каруселі, короткі пояснювальні пости та кейси - дозволяють подавати тему штучного інтелекту доступно й наближено до повсякденного досвіду аудиторії [39].

Одним із ключових результатів формування медіаграмотності є здатність порівнювати, аналізувати та критично оцінювати інформацію і цифровий контент з метою виявлення маніпуляцій та дезінформації [41].

Результати дослідження свідчать, що 74% користувачів здійснюють фактчекінг інформації, отриманої через Instagram. Це підтверджує актуальність створення сторінок, спрямованих на розвиток критичного мислення та навичок перевірки інформації [42].

Автори зазначають, що користувачі по-різному оцінюють достовірність контенту в Instagram та використовують власні стратегії перевірки інформації. При цьому значна частина інформації сприймається критично через ризик маніпуляцій, реклами та викривлення фактів [42].

Перші показники функціонування сторінки AIInspect демонструють зацікавленість аудиторії тематикою медіаграмотності та штучного інтелекту. За період спостереження сторінка отримала 266 переглядів і охопила 140 облікових записів. Важливим є те, що 70,7% переглядів припали на користувачів, які не були підписані на сторінку, що свідчить про потенціал органічного поширення контенту. Загальна кількість взаємодій становила 65, а найбільшу активність забезпечили відеоформати Reels, на які припало 63,1% усіх взаємодій. Найрезультативнішим матеріалом за кількістю переглядів став ролик «Довіра через історії», який набрав 153 перегляди. Отримані результати підтверджують доцільність використання коротких відеоформатів для поширення медіаосвітнього контенту та залучення аудиторії до тематики ІІІ-грамотності.

Переважання переглядів і взаємодій з боку користувачів, які не були підписані на сторінку, свідчить про здатність контенту виходити за межі

наявної аудиторії та залучати нових користувачів до тематики медіаграмотності.

Отримані результати підтверджують доцільність використання коротких відеоформатів для поширення медіаосвітнього контенту та залучення аудиторії до тематики ІІІ-грамотності.

2.4. Практична реалізація тематичної сторінки AInspect в Instagram

Враховуючи результати досліджень щодо особливостей сприйняття інформації в Instagram, сторінка AInspect була розроблена як освітній проєкт, спрямований на розвиток навичок критичного мислення, фактчекінгу та відповідального використання інструментів штучного інтелекту. Основна мета сторінки полягає у допомозі користувачам розпізнавати маніпулятивний контент, перевіряти інформацію та підвищувати рівень медіаграмотності [42].

Результатом практичної реалізації проєкту стало створення та наповнення Instagram-сторінки AInspect. Головну сторінку проєкту наведено в додатку А, а приклад інтерактивного допису - у додатку Б.

Під час створення сторінки важливо було врахувати не лише тематику публікацій, а й потреби цільової аудиторії. Дослідження М. Faizal показує, що контент в Instagram, орієнтований на аудиторію, отримує вищі показники залученості, ніж контент, зосереджений лише на інституційній або формальній інформації. Зокрема, автор зазначає, що публікації, які враховують інтереси, досвід і потреби користувачів, сприяють активнішій взаємодії з контентом. Отримані результати підтверджують доцільність використання на сторінці AInspect інтерактивних форматів: тестів, вікторин, опитувань, практичних кейсів і коротких пояснювальних матеріалів [43]. Приклад інтерактивного допису наведено в додатку Б.

Окрім орієнтації на інтереси аудиторії, важливим є й емоційний компонент контенту. Дослідження Soares, Limongi та Cohen показало, що емоційний контент сприяє збільшенню кількості вподобань і поширень у соціальних мережах, тоді як день і час публікації не мають суттєвого впливу

на рівень залученості аудиторії. Тому для AInspect доцільно використовувати не лише інформаційні, а й емоційно насичені формати: приклади реальних ситуацій, історії поширення фейків, пояснення наслідків дезінформації та кейси використання ШІ-контенту [43].

Практична реалізація сторінки передбачає використання каруселей, інфографіки, коротких відео, Reels, сторіз, опитувань і тестів. Такий підхід обґрунтовується результатами дослідження Shahbaznezhad, Dolan та Rashidirad, які довели, що спосіб подачі матеріалу впливає на рівень залученості користувачів у соціальних мережах. Для AInspect це означає необхідність поєднання візуальних і текстових форматів, адже складні теми, пов'язані зі штучним інтелектом, краще сприймаються через короткі пояснення, приклади та наочні матеріали [45].

Таблиця 2.4 - Основні формати контенту сторінки AInspect

Формат	Приклад теми	Мета
Карусель	Ознаки AI-зображень	Навчання
Reels	Як розпізнати дівфейк	Залучення
Тест	Факт чи фейк	Практика
Інфографіка	Алгоритм перевірки інформації	Візуалізація
Опитування	Чи довіряєте ви ШІ?	Взаємодія

Наведені формати використовуються під час створення контенту сторінки AInspect та поєднуються залежно від тематики публікацій і поставлених комунікаційних завдань.

Окреме значення у контентній стратегії AInspect має цифровий сторітелінг. Він передбачає використання тексту, зображень, відео, інфографіки та інших мультимедійних елементів для пояснення складних тем. На думку Psomadaki, Dimoulas, Kalliris та Paschalidis, цифровий сторітелінг сприяє активному залученню користувачів до взаємодії з контентом і робить його більш зрозумілим та привабливим для аудиторії [46].

У межах сторінки AInspect елементи цифрового сторітелінгу можуть застосовуватися під час створення публікацій про можливості та ризики

використання штучного інтелекту. Наприклад, складні теми доцільно пояснювати через реальні приклади, історії поширення дезінформації, випадки використання дипфейків або маніпулятивного контенту. Завдяки використанню реальних прикладів і практичних ситуацій користувачі можуть краще зрозуміти механізми поширення дезінформації та навчитися самостійно оцінювати достовірність цифрового контенту.

Важливим елементом функціонування сторінки є регулярна комунікація з аудиторією. Mufadhol et al. зазначають, що якість публікацій, частота їх розміщення та активна взаємодія з користувачами позитивно впливають на формування лояльності аудиторії. Водночас автори підкреслюють, що саме корисні, релевантні та змістовні матеріали є одним із ключових чинників ефективної комунікації [47].

Ефективність коротких освітніх форматів у боротьбі з дезінформацією підтверджує дослідження Guess et al. Автори встановили, що інтервенція з цифрової медіаграмотності, побудована у форматі коротких порад щодо розпізнавання фейкових новин, покращила здатність респондентів відрізнити достовірні новини від неправдивих. Це підтверджує доцільність використання на сторінці AInspect стислих пояснювальних форматів: чек-листів, інструкцій, тестів, прикладів фейкового контенту та порад із перевірки інформації [48].

Перші результати взаємодії користувачів із контентом сторінки наведено в додатку В, де представлено статистику охоплення та характеристики аудиторії Reels-публікації.

Аналіз статистичних показників свідчить про наявність інтересу аудиторії до тематики сторінки. За період спостереження контент AInspect отримав 266 переглядів та охопив 140 облікових записів. Важливо, що 70,7% переглядів забезпечили користувачі, які не були підписані на сторінку, що свідчить про потенціал органічного поширення матеріалів за межами наявної аудиторії. Найвищий рівень взаємодії продемонстрували публікації у форматі Reels, на які припала більшість переглядів і взаємодій. Отримані результати

підтверджують доцільність використання коротких відеоформатів для популяризації медіаосвітнього контенту та залучення нових користувачів до тематики ІІІ-грамотності.

Отже, практична реалізація сторінки AInspect в Instagram базується на поєднанні освітнього, візуального, інтерактивного та сторітелінгового підходів. Використання каруселей, Reels, інфографіки, тестів, опитувань і коротких пояснювальних матеріалів дозволяє зробити тему штучного інтелекту доступнішою для широкого кола користувачів, підвищити рівень їхньої залученості та сприяти формуванню медіаграмотності в цифровому середовищі.

2.5. Оцінка ефективності сторінки AInspect як інструменту формування медіаграмотності

Ефективність сторінки AInspect оцінювалася на основі статистичних даних Instagram. Для цього було проаналізовано охоплення аудиторії, кількість переглядів публікацій і рівень взаємодії користувачів із контентом. Це дало можливість визначити, наскільки сторінка привертає увагу аудиторії та може використовуватися для поширення знань із медіаграмотності.

Таблиця 2.5 - Основні показники сторінки AInspect

Показник	Значення
Загальна кількість переглядів	266
Охоплені акаунти	140
Частка переглядів від невідомих	70,7%
Найефективніший формат	Reels

Отримані показники демонструють наявність інтересу аудиторії до тематики AInspect. Упродовж періоду спостереження публікації сторінки набрали 266 переглядів та охопили 140 облікових записів. Це дає підстави припустити, що навіть на початковому етапі розвитку проєкту контент здатний привертати увагу користувачів і має потенціал для подальшого поширення.

Помітною особливістю отриманих результатів стала висока частка переглядів від користувачів, які не були підписані на AIInspect. Загалом цей показник становив 70,7%, а для найпопулярнішого відео досягнув 89,5%. Це свідчить про те, що контент привертав увагу не лише наявної аудиторії, а й нових користувачів, поширюючись через рекомендації Instagram.

Таблиця 2.6 - Порівняння ефективності форматів контенту

Формат	Кількість матеріалів	Сумарні перегляди
Reels	2	233
Дописи	4	99

Результати аналізу показали помітну різницю між ефективністю окремих форматів контенту. Так, публікації у форматі Reels сумарно отримали 233 перегляди, тоді як текстово-візуальні дописи - 99. Це дає підстави вважати, що відеоформат є більш привабливим для аудиторії та забезпечує ширше охоплення користувачів.

Для детальнішої оцінки ефективності контенту було проаналізовано результативність окремих публікацій сторінки AIInspect (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 - Результативність окремих публікацій сторінки AIInspect

Формат	Тематика публікації	Перегляди	Взаємодії
Допис	Розпізнавання ШІ-згенерованих зображень на прикладі порівняння реального та AI-контенту	34	10
Reels	Ознаки ШІ-згенерованих зображень та способи їх виявлення	78	15
Допис	Психологічні причини довіри до ШІ-зображень	27	6
Допис	Розпізнавання дипфейків та способи протидії маніпуляціям	21	3
Допис	Використання штучного інтелекту в повсякденному житті	17	4
Reels	Вплив емоційних повідомлень і рекламних практик на сприйняття інформації	155	24

Аналіз окремих публікацій показав, що найбільше переглядів і взаємодій отримали матеріали у форматі Reels. Найкращий результат продемонстрував ролик про вплив емоційних повідомлень і рекламних прийомів на сприйняття інформації, який набрав 155 переглядів і 24 взаємодії. Ймовірно, така активність пов'язана з тим, що порушена тема є близькою до повсякденного досвіду користувачів та подана у зрозумілій і наочній формі. Крім того,

поєднання практичних прикладів та емоційного компонента сприяло більшій залученості аудиторії.

Порівняння показників різних форматів контенту дає підстави стверджувати, що найкращі результати продемонстрували публікації у форматі Reels. Саме короткі відео отримали найбільшу кількість переглядів та взаємодій, що свідчить про їхню привабливість для користувачів Instagram. Це дозволяє розглядати Reels як один із найбільш ефективних форматів для поширення медіаосвітнього контенту.

Наявність збережень і поширень дає підстави вважати, що опубліковані матеріали були корисними для аудиторії. Користувачі не лише переглядали контент, а й зберігали його для подальшого використання та ділилися ним з іншими.

Статистичні показники також засвідчили більшу зацікавленість у публікаціях, які містили практичні приклади, порівняння реальних і ШІ-згенерованих зображень, а також пояснення поширених маніпулятивних прийомів. Найбільшу кількість взаємодій отримали Reels, у яких поєднувалися візуальна наочність, емоційний складник і зрозуміле пояснення теми. Це дає змогу зробити висновок, що практичний та візуально орієнтований контент є найбільш ефективним для привернення уваги аудиторії до питань медіаграмотності.

Оскільки сторінка AIInspect перебуває на початковому етапі розвитку та містить поки що невелику кількість публікацій, оцінити її довгостроковий вплив на рівень медіаграмотності аудиторії наразі складно. Водночас отримані результати демонструють інтерес користувачів до тематики проєкту та засвідчують перспективність використання Instagram для поширення медіаосвітнього контенту. Подальший розвиток сторінки, розширення тематичних рубрик і збільшення кількості публікацій дадуть змогу отримати більш повне уявлення про ефективність такого формату комунікації.

Висновки до розділу 2

У межах дослідження було сформовано концепцію сторінки, окреслено її основну ідею, визначено структуру контенту, цільову аудиторію та принципи комунікації з користувачами.

Результати аналізу засвідчили, що Instagram може бути ефективною платформою для поширення медіаосвітніх матеріалів, оскільки поєднує візуальні формати, інтерактивні інструменти та можливість швидкого охоплення аудиторії. З огляду на особливості медіаспоживання молоді доцільним є використання коротких і зрозумілих форматів подання інформації: каруселей, Reels, інтерактивних дописів, тестів та опитувань.

У межах роботи було розглянуто кілька українських і міжнародних Instagram-сторінок, пов'язаних із медіаграмотністю, фактчекінгом та темою штучного інтелекту. Їх аналіз показав, що такі проєкти здебільшого зосереджені на інформуванні аудиторії, тоді як інтерактивна взаємодія з користувачами використовується не завжди достатньо активно. Це підтвердило доцільність створення сторінки AInspect, яка поєднує пояснювальний контент із практичними завданнями, порівняльними прикладами та залученням аудиторії до самостійного аналізу цифрових матеріалів.

Створена сторінка AInspect поєднує освітній контент, практичні завдання та інтерактивну взаємодію з аудиторією. Її матеріали спрямовані на пояснення ознак ШІ-згенерованого контенту, розпізнавання дівфейків, виявлення маніпулятивних повідомлень, перевірку джерел та розвиток навичок критичного оцінювання цифрової інформації.

Особливість AInspect полягає в тому, що освітні матеріали подаються не лише у вигляді пояснень, а й через практичні та інтерактивні формати. Завдяки цьому користувачі можуть одразу застосовувати отримані знання: порівнювати приклади, проходити тести, аналізувати візуальні ознаки та самостійно перевіряти достовірність контенту.

У роботі також було окреслено цільову аудиторію AInspect. До неї належать насамперед молоді користувачі соціальних мереж, студенти,

журналісти-початківці та люди, які регулярно працюють із візуальним контентом. Саме ця аудиторія часто стикається з фейками, діпфейками та ШІ-згенерованими зображеннями, тому потребує простих і зрозумілих матеріалів, які допомагають розпізнавати такі загрози.

Комунікаційна стратегія сторінки побудована на доступній подачі, візуальності, практичності та залученні користувачів до взаємодії. Для цього використовуються рубрики, тести, порівняльні приклади та завдання з аналізу контенту. Такий підхід допомагає аудиторії не лише сприймати інформацію, а й поступово формувати навички критичного мислення в цифровому середовищі.

Початкові показники роботи сторінки AInspect засвідчили інтерес користувачів до тем медіаграмотності та штучного інтелекту. За період спостереження публікації сторінки отримали 266 переглядів і охопили 140 облікових записів. Показовим є те, що 70,7% переглядів припали на користувачів, які не були підписані на сторінку. Це дає підстави вважати, що контент має потенціал для органічного поширення та може привертати увагу нової аудиторії. Найкращі результати продемонстрували публікації у форматі Reels, що підтверджує доцільність використання коротких відео для поширення медіаосвітніх матеріалів і популяризації теми ШІ-грамотності.

Ефективність сторінки значною мірою залежить від того, наскільки її контент відповідає особливостям сприйняття молодшої аудиторії. Користувачі соціальних мереж зазвичай швидше реагують на короткі візуальні формати, тому медіаосвітні матеріали потрібно подавати у звичній для них формі. У цьому контексті Instagram є зручною платформою для AInspect, оскільки дає змогу поєднати навчальну мету з простим, наочним і зрозумілим способом подання інформації.

У межах дослідження було з'ясовано, що Instagram може виконувати не лише інформаційну, а й навчальну функцію. Інтерактивні формати, тести, порівняльні приклади та візуальні матеріали допомагають залучати користувачів до самостійного аналізу цифрового контенту. Такий підхід

сприяє розвитку критичного мислення, уважнішому ставленню до інформації та формуванню навичок медіаграмотності в умовах активного поширення технологій штучного інтелекту.

Отже, досвід практичної реалізації сторінки AInspect показав, що соціальні мережі можуть бути ефективним середовищем для підвищення рівня медіаграмотності користувачів. Поєднання пояснювальних матеріалів, інтерактивних елементів, практичних прикладів і візуального контенту допомагає користувачам краще орієнтуватися в інформаційному просторі, перевіряти достовірність повідомлень та розпізнавати ШІ-згенеровані матеріали. Аналіз роботи сторінки засвідчив інтерес аудиторії до запропонованої тематики та продемонстрував можливості Instagram для поширення просвітницьких матеріалів у сфері медіаграмотності. Подальший розвиток проєкту доцільно спрямувати на розширення тематичних напрямів, створення нових інтерактивних рубрик, удосконалення способів взаємодії з аудиторією та залучення більшої кількості користувачів до питань медіаграмотності й критичного сприйняття цифрової інформації.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження показало, що медіаграмотність є необхідною навичкою для людини, яка щодня взаємодіє з цифровими технологіями, соціальними мережами та інструментами штучного інтелекту. Інформація сьогодні поширюється дуже швидко, значну її частину становить візуальний контент, а алгоритмічні системи дедалі більше впливають на те, які повідомлення бачить аудиторія. Усе це посилює ризики дезінформації, маніпуляцій, фейків і поширення ШІ-згенерованих матеріалів.

У роботі було розкрито зміст понять медіаграмотності, критичного мислення, фейкових новин, дезінформації, дипфейків і ШІ-згенерованого контенту. З'ясовано, що розвиток штучного інтелекту робить перевірку інформації складнішою, адже сучасні цифрові інструменти здатні створювати тексти, зображення, аудіо та відеоматеріали, які можуть виглядати цілком реалістично. За таких умов особливо важливими стають уміння критично аналізувати повідомлення, перевіряти джерела, враховувати контекст і помічати ознаки маніпуляції в цифровому контенті.

У процесі дослідження було з'ясовано, що соціальні мережі сьогодні є не лише простором для спілкування, а й важливим джерелом інформації та середовищем для навчання. Вони впливають на те, як користувачі сприймають події, швидко поширюють повідомлення та формують ставлення аудиторії до різних тем. Водночас саме в соціальних мережах часто поширюються фейки, клікбейтні матеріали, емоційні маніпуляції та контент, створений за допомогою штучного інтелекту. Тому взаємодія з такими платформами потребує критичного мислення та вміння перевіряти інформацію.

У роботі було обґрунтовано використання Instagram як платформи для створення медіаосвітнього проєкту. Візуальний формат Instagram, інтерактивні інструменти, короткі відео, сторіз, каруселі, тести та опитування відповідають особливостям споживання інформації молодими користувачами. Завдяки цьому теми, пов'язані зі штучним інтелектом, дипфейками та

перевіркою інформації, можна подавати у більш зрозумілій, наочній і доступній формі.

Практичною частиною дослідження стало створення Instagram-сторінки AInspect, орієнтованої на розвиток медіаграмотності та навичок розпізнавання ШІ-згенерованого й маніпулятивного контенту. У процесі роботи було сформовано концепцію сторінки, визначено її аудиторію, контентну й комунікаційну стратегію, а також підготовлено матеріали про ознаки AI-зображень, дівфейки, маніпуляції та способи перевірки інформації.

Порівняння з подібними медіаосвітніми сторінками показало, що більшість таких проєктів здебільшого виконують інформаційну функцію, тоді як інтерактивні інструменти використовують не завжди активно. Саме тому однією з особливостей AInspect стало поєднання пояснювальних матеріалів із практичними завданнями, тестами, порівняльними прикладами та залученням користувачів до самостійного аналізу цифрового контенту.

Основною аудиторією сторінки стали молоді користувачі соціальних мереж, студенти, журналісти-початківці та люди, які часто працюють із візуальним контентом. Саме вони регулярно бачать короткі повідомлення, відео, сторіз, рекламні матеріали, AI-зображення та дівфейки, тому потребують простих і практичних інструментів для розвитку критичного мислення та інформаційної гігієни.

Під час створення сторінки було використано кілька форматів контенту: дописи, каруселі, Reels, інтерактивні завдання, пояснювальні матеріали та приклади для аналізу. Така подача дозволила поєднати освітню мету з наочністю та практичністю. Матеріали AInspect були спрямовані не лише на пояснення теми, а й на формування в аудиторії навичок самостійного розпізнавання фейків, дівфейків і ШІ-згенерованих зображень.

Ефективність сторінки AInspect було проаналізовано за статистикою Instagram. За період спостереження публікації отримали 266 переглядів і охопили 140 облікових записів. Показовим є те, що 70,7% переглядів припали на користувачів, які не були підписані на сторінку. Це означає, що матеріали

поширювалися не лише серед наявної аудиторії, а й потрапляли до нових користувачів через органічні рекомендації платформи.

Порівняння різних форматів показало, що найкращі результати дали публікації у форматі Reels. Два короткі відео сумарно набрали 233 перегляди, тоді як чотири текстово-візуальні дописи отримали 99 переглядів. Найуспішнішим став Reels про вплив емоційних повідомлень і рекламних прийомів на сприйняття інформації: він набрав 155 переглядів і 24 взаємодії. Це свідчить про те, що короткі відео краще привертають увагу користувачів і є перспективним форматом для поширення медіаосвітніх матеріалів в Instagram.

Збереження, поширення та інші взаємодії з публікаціями показують, що матеріали були корисними для аудиторії. Користувачі не обмежувалися лише переглядом контенту, а реагували на нього, зберігали окремі матеріали та ділилися ними з іншими. Це свідчить про інтерес до тем медіаграмотності, штучного інтелекту та критичного сприйняття цифрової інформації. Водночас отримані результати варто розглядати як початкові, оскільки сторінка ще перебуває на етапі розвитку й має обмежену кількість публікацій.

Отримані результати дають підстави стверджувати, що в умовах швидкого розвитку цифрових технологій і поширення інструментів штучного інтелекту звичайних навичок роботи з інформацією вже недостатньо. Користувачам важливо не лише перевіряти джерела, а й розуміти, як працюють алгоритми соціальних мереж, як створюється ІІІ-контент і які ризики можуть бути пов'язані з його використанням. Це дає підстави говорити про розширення змісту медіаграмотності та зростання значення ІІІ-грамотності.

Підсумки дослідження засвідчили, що соціальні мережі можуть бути не лише каналом поширення інформації, а й зручним середовищем для медіаосвітніх ініціатив. Поєднання візуальних, інтерактивних і мультимедійних форматів дає змогу пояснювати складні теми простіше та залучати користувачів до взаємодії з контентом. Найбільш перспективним у

цьому контексті виявився формат коротких відео, оскільки саме він забезпечив вищі показники охоплення та активності аудиторії.

Практична реалізація AInspect засвідчила, що тематичні сторінки в соціальних мережах можуть використовуватися для розвитку медіаграмотності. Створений медіапроект поєднав освітню мету, візуальну подачу матеріалів і інтерактивну взаємодію з користувачами. Отримані результати дають підстави розглядати AInspect як перспективний інструмент для подальшого поширення медіаосвітніх матеріалів і підвищення рівня критичного сприйняття інформації серед користувачів соціальних мереж.

Важливим результатом роботи стало підтвердження того, що медіаграмотність у сучасних умовах охоплює не лише вміння працювати з інформацією, а й здатність орієнтуватися в середовищі, де активно використовуються технології штучного інтелекту. У зв'язку з цим зростає значення освітніх ініціатив, спрямованих на формування навичок критичного аналізу цифрового контенту та відповідального ставлення до інформації.

Отже, мету роботи було досягнуто: у дослідженні теоретично обґрунтовано та практично створено Instagram-проект AInspect як інструмент розвитку медіаграмотності аудиторії. Поставлені в роботі завдання були реалізовані, що дало змогу досягти визначеної мети дослідження. Результати роботи показали, що соціальні мережі можуть бути не лише каналом поширення інформації, а й середовищем для формування практичних навичок критичного мислення, перевірки джерел, розпізнавання ШІ-згенерованих матеріалів і відповідального ставлення до цифрового контенту.

Подальший розвиток дослідження може бути пов'язаний із розширенням можливостей сторінки AInspect, збільшенням кількості освітніх матеріалів, використанням нових інтерактивних форматів і тривалішим аналізом статистичних показників. Це дасть змогу більш повно оцінити вплив проєкту на формування медіаграмотності, критичного мислення та навичок усвідомленої взаємодії з ШІ-контентом серед користувачів соціальних мереж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] Войтович Н. О., Імбіровська-Сиваківська Л. А. Медіаграмотність: технології і практичне застосування : посібник / за заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 57 с.
- [2] Gupta A., Shivers-McNair A. “Wayfinding” through the AI wilderness: Mapping rhetorics of ChatGPT prompt writing on X (formerly Twitter) to promote critical AI literacies. *Computers and Composition*. 2024. Vol. 74. Article 102882. URL: <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2024.102882>
- [3] DataReportal. Digital 2025: Ukraine. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ukraine>
- [4] Detector Media. Media Literacy Index of Ukrainians: 2020–2024 Fifth Wave. URL: <https://en.detector.media/post/media-literacy-index-of-ukrainians-2020-2024-fifth-wave>
- [5] Друшляк М. Г., Семенов О. М., Грона Н. В., Пономаренко Н. П., Семеніхіна О. В. Типологія інтернет-ресурсів для розвитку інфомедійної грамотності молоді. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2022. Т. 88. № 2. С. 1–22. URL: <https://doi.org/10.33407/itlt.v88i2.4786>
- [6] Іванова Т., Цукор Л. EDU-AI: методика використання ШІ для викладачів комунікативного циклу : практичний посібник / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2025. 186 с. DOI:10.71262/AUP-978-617-7370-75-7
- [7] Скрипка Г. В. Штучний інтелект та медіаграмотність: оновлення програм підвищення кваліфікації педагогів. *Open educational e-environment of modern University*. 2025. № 18. DOI: 10.28925/2414-0325.2025.1811
- [8] Терепиций С. Медіаграмотність в епоху штучного інтелекту: інтеграція інструментів і методів штучного інтелекту в сучасні педагогічні підходи. URL: https://aphn-journal.in.ua/archive/60_2023/part_4/31.pdf
- [9] Wang C., Wang Z. Investigating L2 writers' critical AI literacy in AI-assisted writing: An APSE model. *Journal of Second Language Writing*. 2025. Vol. 67. Article 101187. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jslw.2025.101187>

- [10] Зоря Ю. М. Медіаграмотність та STEM-освіта: виклики та можливості. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/74206bd9-b1f3-4887-899a-104681742b2d/content>
- [11] Reuters Institute Digital News Report 2024. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- [12] UNESCO. Media and Information Literacy. URL: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>
- [13] IREX. Learn to Discern: Media Literacy Program. URL: <https://www.irex.org/project/learn-discern>
- [14] Ковальова О. Instagram as a tool for developing teenage reading culture. Current Issues of Mass Communication. 2023. Issue 34. P. 58–70. URL: <https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.58-70>
- [15] Bazhan E., Bazhan T. The use of Facebook and Instagram in the educational process // Modern trends in the development of medical education: Prospects and Achievements. 2022. URL: https://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/18345/1/Bazhan_Vikoristannya_socialnih_merezh.pdf
- [16] Bohatu S. Experience of using the Instagram social network in the educational process // Current Issues of Science and Education. 2021. URL: <https://books.google.com/books?id=29AmEAAAQBAJ>
- [17] Власкина В. Ю. Образовательный потенциал социальных сетей Твиттер и Инстаграм в обучении иностранным языкам: методика исследования // Международный студенческий научный вестник. 2018. № 5. URL: <http://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=18679>
- [18] Burov, O. (2017). Social networks as a form of synthetic learning environment. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/709762/1/BUROV%20OYu.pdf>
- [19] MediaSapiens. (2016). The concept of implementing media education in Ukraine (new edition). URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontsepsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/>.

[20] Media Literacy. Educational program for students of 9th, 10th, 11th grades of secondary education

institutions (three years of study): Educational program. (2018). Eds.: L.

Naydonova, N. Cherepovsk a. Kyiv: Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine, URL:

http://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/2019/01/Programa_Mediakultura2018.pdf

[21] Pushkar, O. & Hrabovskyi, Y. (2022). Culture of digital media: Educational manual. Kharkiv:

KhNEU named after S. Kuznets, 164 p. <http://repository.hneu.edu.ua/bit-stream/123456789/28184/1/2022->

Пушкар%20О%20І,%20Грабовський%20Є%20М.pdf.

[22] Teens, social media and technology 2022. Pew Research Center: Internet, Science & Tech. URL:

<https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>

[23] Geiger V. AI literacy in schools: How AI competences become part of teaching // AI Campus. 2025. URL: <https://ki-campus.org/en/blog/ai-literacy-in-schools-how-ai-competences-become-part-of-teaching> (дата звернення: 13.06.2026).

[24] Yang Y., Zhang Y., Sun D., He W., Wei Y. Navigating the landscape of AI literacy education: insights from a decade of research (2014–2024) // Humanities and Social Sciences Communications. 2025. Vol. 12. Article 374. URL: <https://www.nature.com/articles/s41599-025-04583-8> (дата звернення: 13.06.2026).

[25] Choi W. C., Chang C. I., Choi I. C., Lam L. C., Leong K. I., Ng S. I. Artificial Intelligence (AI) Literacy in Education: Definition, Competencies, Opportunities and Challenges. 2025. URL:

https://www.researchgate.net/publication/394456791_Artificial_Intelligence_AI_L

literacy in Education Definition Competencies Opportunities and Challenges
(дата звернення: 13.06.2026).

[26] D. Long and B. Magerko, 'What is AI Literacy? Competencies and Design Considerations', in Proceedings

of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Association for Computing Machinery,

2020, pp. 1–16. doi: 10.1145/3313831.3376727.

[27] Conceptualizing AI literacy: An exploratory review. URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666920X21000357?via%3Dihub>

[28] L. Casal-Otero, A. Catala, C. Fernández-Morante, M. Taboada, B. Cebreiro, and S. Barro, 'AI literacy in K-

12: a systematic literature review', Int. J. STEM Educ., vol. 10, no. 29, 2023. URL: [doi: 10.1186/s40594-023-00418-7](https://doi.org/10.1186/s40594-023-00418-7).

[29] Kong H., Zhang M. A Conceptual Framework for Designing Artificial Intelligence Literacy Programmes for Educated Citizens. 2021. URL:

https://www.researchgate.net/publication/354700234_A_Conceptual_Framework_for_Designing_Artificial_Intelligence_Literacy_Programmes_for_Educated_Citizens

[30] Laupichler et al. (2023) - оцінювання AI literacy серед нетехнічних користувачів. URL:

https://bonndoc.ulb.uni-bonn.de/xmlui/handle/20.500.11811/13554%3Flocale-attribute%3Dde?utm_source=chatgpt.com

[31] Kassorla et al. (2024) - сучасний framework AI literacy. URL:

https://www.educase.edu/content/2024/ai-literacy-in-teaching-and-learning/defining-ai-literacy-for-higher-education?utm_source=chatgpt.com

[32] Kong et al. (2024) - AI literacy framework і проєктне навчання. URL:

<https://scholars.cityu.edu.hk/ws/portalfiles/portal/226844334/221446883.pdf>

- [33] Su, Ng, Chu (2023) - AI literacy та освіта. URL:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666920X23000036?via%3Dihub>
- [34] Jin et al. (2025) - оцінювання Generative AI Literacy. URL:
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666920X25000761?utm_source=chatgpt.com
- [35] Li et al. (2025) - проєктне навчання та AI literacy. URL:
https://ojs.aaai.org/index.php/AAAI/article/view/35187?utm_source=chatgpt.com
- [36] Sperling et al. (2024) AI literacy у підготовці педагогів. URL:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666557324000107?via%3Dihub>
- [37] Chiu et al. (2024) - сучасна модель AI literacy та компетентностей. URL:
<https://qspace.qu.edu.qa/entities/publication/b23a6be3-64d2-4df9-b956-d74078d41fb3>
- [38] Yim (2024) - критичний огляд AI literacy framework. URL:
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666920X2400122X?utm_source=chatgpt.com
- [39] Ng et al. (2022) - цифровий сторітелінг як інструмент розвитку AI literacy. URL:
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666920X22000091?utm_source=chatgpt.com
- [40] Kong et al. (2023) - розвиток AI literacy та етичної обізнаності. URL:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666920X23000620?via%3Dihub>
- [41] UNESCO K-12 AI curricula: a mapping of government-endorsed AI curricul. URL:
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380602?utm_source=chatgpt.com
- [42] Marcella-Hood M., Marcella R. Purposive and non-purposive information behaviour on Instagram (2022). URL:

https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/09610006221097974?utm_source=chatgpt.com

[43] Faizal M. Engagement Analysis: Student-Centered vs. Lecturer-Centered Faculty Instagram Posts. 2025. URL:

https://www.researchgate.net/publication/394294632_ENGAGEMENT_ANALYSIS_STUDENT-CENTERED_VS_LLECTURER-CENTERED_FACULTY_INSTAGRAM_POSTS

[45] Shahbaznezhad H., Dolan R., Rashidirad M. The role of social media content format and platform in users' engagement behavior // Journal of Interactive Marketing. 2021. Vol. 53. P. 47–65. URL:

<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.05.001>

[46] Psomadaki O. I., Dimoulas C. A., Kalliris G. M., Paschalidis G. Digital storytelling and audience engagement in cultural heritage management: A collaborative model based on the Digital City of Thessaloniki // Journal of Cultural Heritage. 2019. Vol. 36. P. 12–22. URL:

<https://doi.org/10.1016/j.culher.2018.07.016>

[47] Mufadhol M., Tutupoho F., Nanulaita D. T., de Bell A. Z., Prabowo B. The Influence of Posting Frequency, Content Quality, and Interaction with Customers on Social Media on Customer Loyalty in a Start-up Business // West Science Business and Management. 2024. Vol. 2, № 02. P. 582–594. DOI: 10.58812/wsbm.v2i02.966.

[48] Guess A. M., Lerner M., Lyons B., Montgomery J. M., Nyhan B., Reifler J., Sircar N. A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2020. Vol. 117, № 27. P. 15536–15545. DOI: 10.1073/pnas.1920498117.

ДОДАТОК А

Головна сторінка Instagram-проєкту AIInspect

У додатку представлено головну сторінку Instagram-проєкту AIInspect, створеного для розвитку медіаграмотності аудиторії та формування навичок розпізнавання ШІ-згенерованого контенту. Сторінка містить інформаційні й інтерактивні дописи, присвячені дипфейкам, AI-зображенням, фактчекінгу та критичному мисленню.

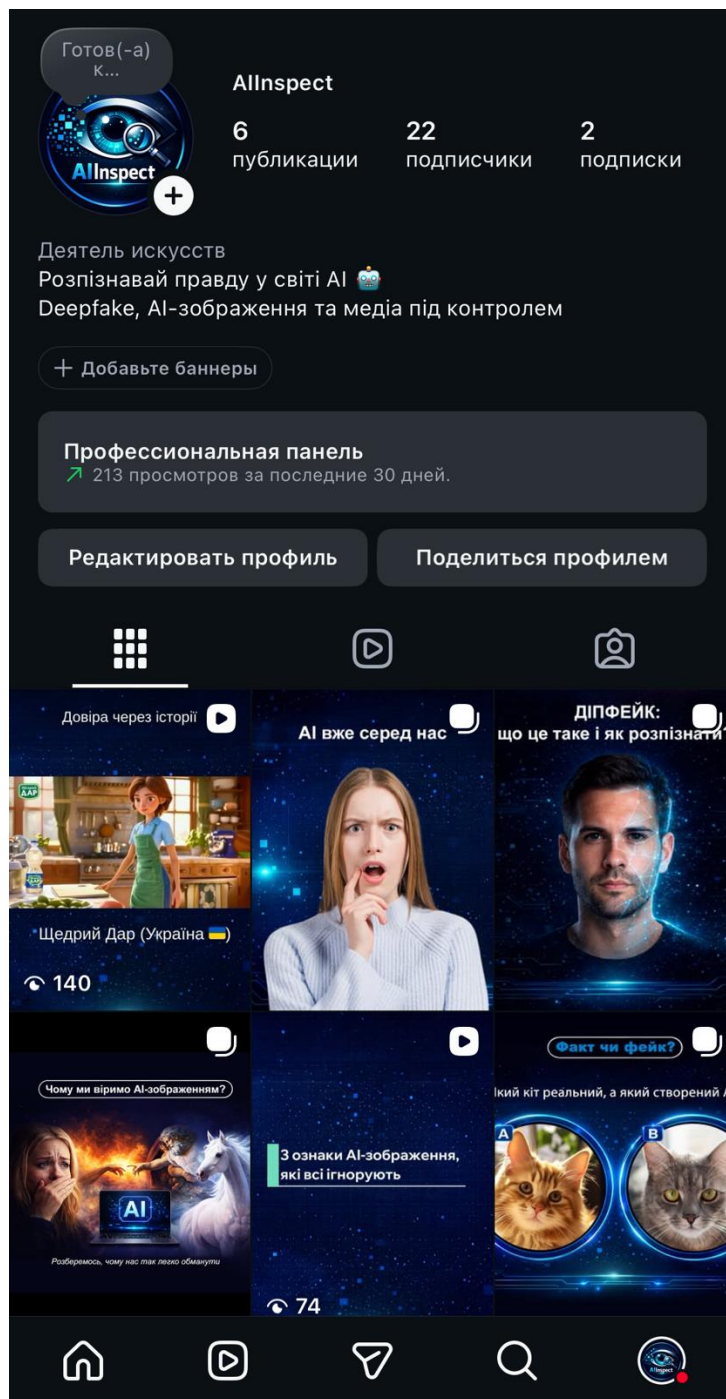


Рис. А.1 - Головна сторінка Instagram-проєкту AIInspect

ДОДАТОК Б

Приклад інтерактивного допису сторінки AIInspect

У додатку представлено приклад інтерактивного допису сторінки AIInspect у форматі «Факт чи фейк?». У публікації запропоновано порівняти реальне та ШІ-згенероване зображення. Такий формат допомагає аудиторії не лише ознайомлюватися з інформацією, а й самостійно розвивати навички візуального аналізу AI-контенту.

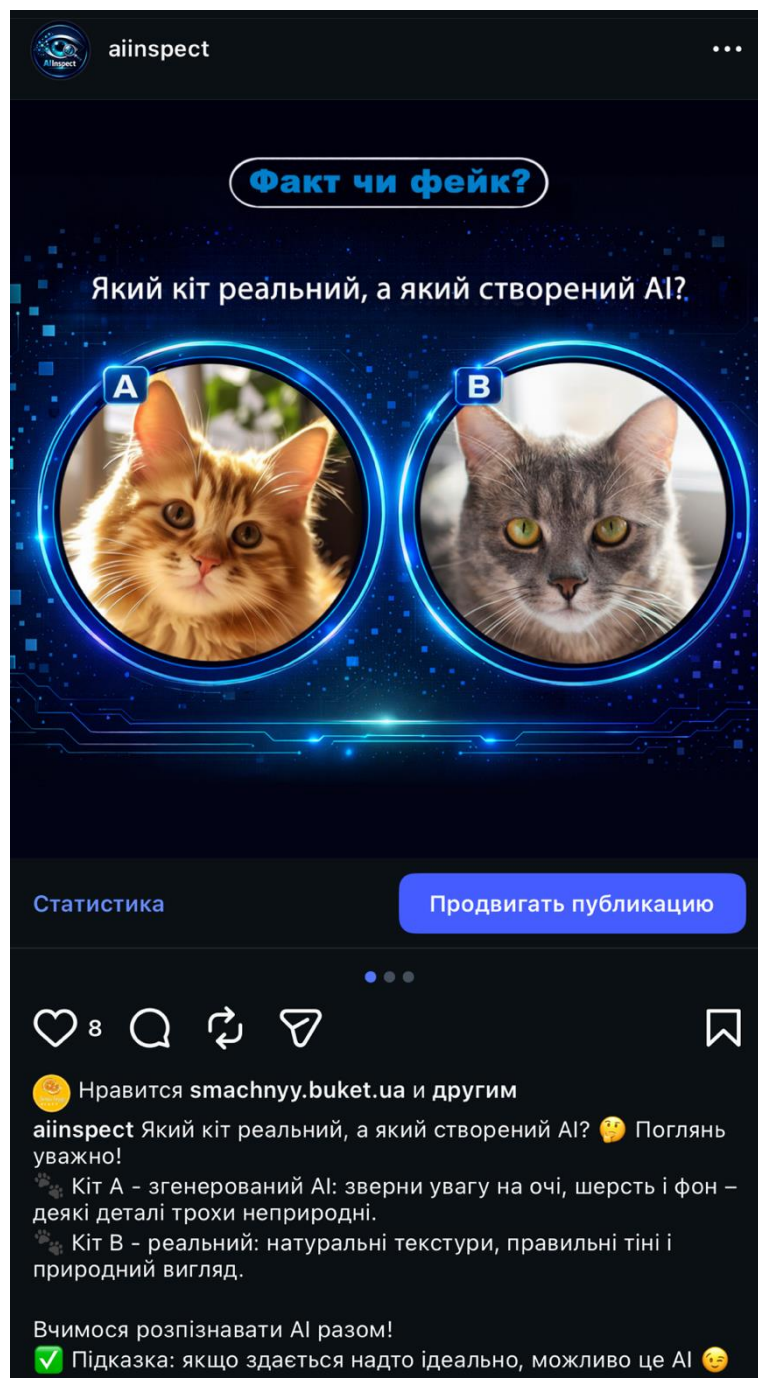


Рис. Б.1 - Приклад інтерактивного допису «Який кіт реальний, а який створений AI?»

ДОДАТОК В

Статистика взаємодії аудиторії з Reels-публікацією сторінки AInspect

У додатку представлено статистичні показники взаємодії аудиторії з Reels-публікацією сторінки AInspect, зокрема кількість переглядів, охоплення, співвідношення підписників і не підписників, а також вікові характеристики аудиторії. Отримані дані дають змогу оцінити особливості залучення користувачів до медіаосвітнього контенту в соціальній мережі Instagram.

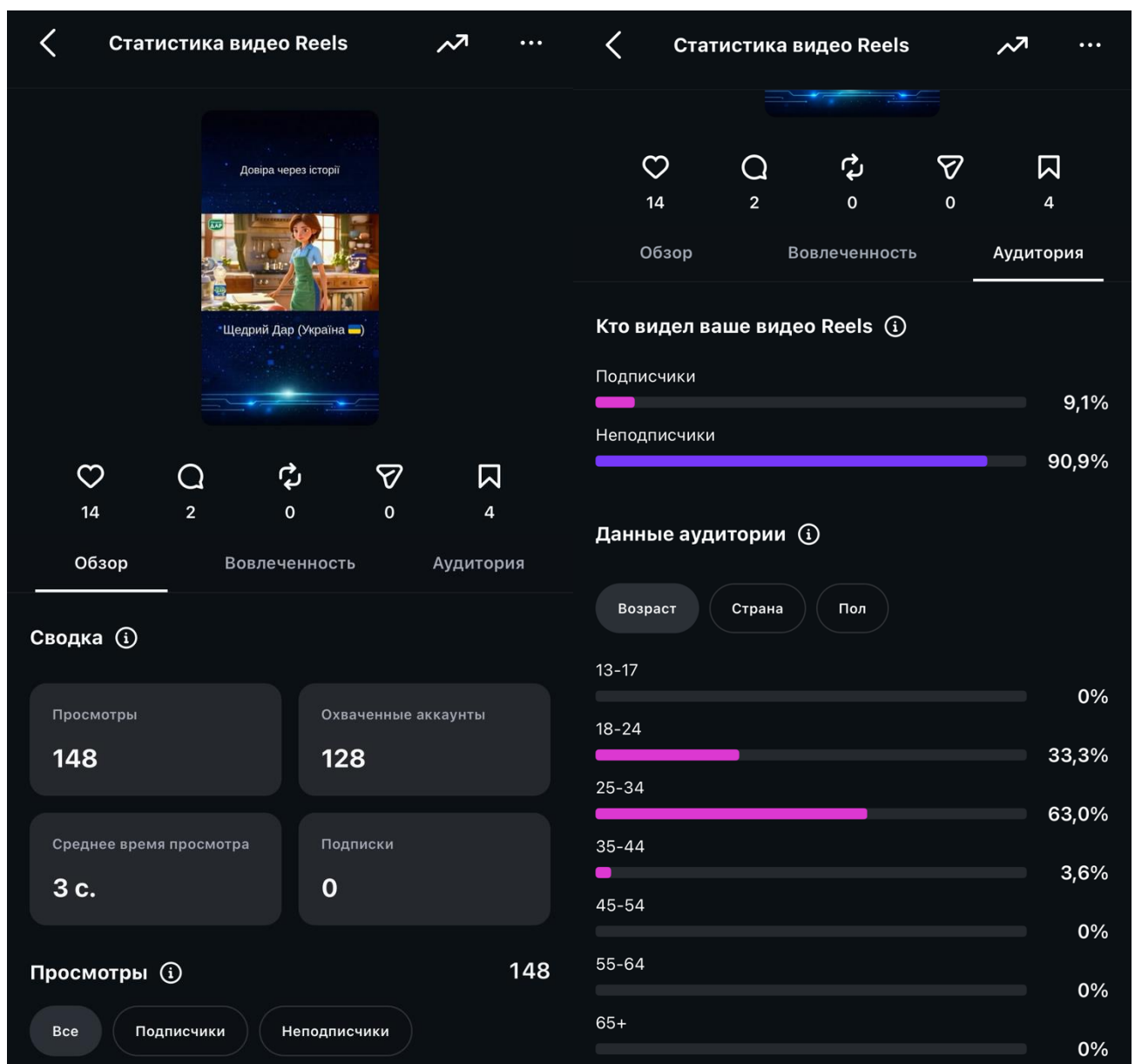


Рис. В.1 - Статистика охоплення та характеристика аудиторії Reels-публікації сторінки AInspect.