

**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)  
«    »                      2026 р.

**«ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ»**

Кваліфікаційна робота  
здобувача вищої освіти першого  
(бакалаврського) рівня вищої  
освіти освітньо-професійної  
програми «Журналістика та  
соціальна комунікація»

(назва освітньо-професійної програми)

Сташук І.А.

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

Науковий керівник:

Іванова Т.В. доктор педагогічних  
наук, професор

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання)

Рецензент:

Коваленко А.В., журналіст,  
виконавчий директор АУП,  
Академія Української Преси

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, місце роботи)

Кваліфікаційна робота захищена  
з оцінкою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

«    »                      2026 р.

## ЗМІСТ

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП .....                                                     | 1  |
| 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО МЕДІА В УМОВАХ ВІЙНИ  |    |
| 1.1 Поняття довіри до медіа в сучасній комунікативістиці .....  | 6  |
| 1.2 Фактори формування довіри до медіа .....                    | 9  |
| 1.3 Особливості функціонування медіа в умовах війни .....       | 16 |
| Висновки до розділу 1 .....                                     | 20 |
| 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КРИЗИ ДОВІРИ ДО МЕДІА У ВОЄННИЙ ЧАС              |    |
| 2.1 Аналіз рівня довіри до медіа в Україні під час війни .....  | 21 |
| 2.2 Типові помилки медіа, що знижують довіру .....              | 25 |
| Висновки до розділу 2 .....                                     | 30 |
| 3. ПРАКТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО МЕДІА ПІД ЧАС ВІЙНИ |    |
| 3.1 Практики підвищення довіри в українських медіа .....        | 32 |
| 3.2 Застосування перевірки фактів для формування довіри .....   | 37 |
| Висновки до розділу 3 .....                                     | 42 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....                                         | 44 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....                                | 47 |
| ДОДАТКИ .....                                                   | 55 |

## ВСТУП

Повномасштабна агресія проти України започаткувала масові зміни в галузі функціонування медіа, перетворивши інформаційний простір на елемент ведення та протистояння у когнітивній війні. У сучасній комунікативістиці довіра до медіа визначає ефективність демократичних інститутів, стабільність суспільства, захищеність від маніпуляцій, здатність вести активну дискусію між споживачами і творцями новин.

**Актуальність** цієї теми пояснюється кризою та децентралізацією довіри, що спостерігаються в українському медіапросторі протягом 2022-2026 років і знаменуються переходом аудиторії від централізованих джерел отримання інформації до розрізнених ресурсів у соціальних мережах й месенджерах, часто низькоякісних та непідтверджених.

Через активне застосування Росією генеративних інструментів штучного інтелекту, дипфейків – реалістичних цифрових підробок – та анонімних мереж для дезорієнтації населення, саме професійні журналістські стандарти, прозорість редакційної політики та впровадження новітніх практик верифікації мають слугувати взірцем для аудиторії, посилюючи їхню довіру.  
[1]

**Теоретичне і практичне значення** кваліфікаційної роботи полягає в необхідності комплексного аналізу чинників, що впливають на довіру, систематизації типових помилок редакцій та обґрунтування дієвих механізмів відновлення довіри через пояснювальну журналістику, журналістику рішень та системний фактчекінг.

**Об'єктом дослідження** є довіра українських споживачів до медіа в умовах воєнного часу в Україні 2022-2026 років.

**Предметом дослідження** є чинники зниження та відновлення довіри до медіа, а також редакційні помилки, журналістські практики й інструменти, що сприяють зміцненню довіри аудиторії.

**Методом дослідження** задля досягнення поставленої мети та розв’язання завдань кваліфікаційної роботи є аналіз наукової літератури для визначення теоретичних засад комунікативістики, аналіз соціологічних даних для відстеження динаміки довіри до медіа, порівняльний і кейс-аналіз для вивчення кризових тенденцій, контент-аналіз журналістських практик, дослідження методу фактчекінгу для верифікації інформації, узагальнення професійного досвіду функціонування медіа під час війни.

**Ступінь вивченості теми** представлений у вигляді широкого спектру спеціальної літератури, яка комплексно розкриває різні аспекти функціонування медіа та формування довіри аудиторії. Для проведення аналізу джерельну базу розмежовано на категорії, де кожна група висвітлює свій аспект проблеми:

- Наукові джерела: різносторонні праці вітчизняних дослідників (В. Колодійчук, І. Симисенко, О. Князева, Ж. Вірна, О. Демків, Н. Губа, Е. Бурдіна), словники, книги Д. Кулеби та П. Померанцева щодо пропаганди і гібридної війни, праці політолога Є. Магди, посібники з медіаграмотності Т. Іванової та ін., трьохетапна методологія фактчекінгу Ф. Фратера і Ф. Марена, навчальні матеріали Covering Cohesion Policy in Europe;
- Аналітичні звіти: міжнародні звіти головних науковців НАТО щодо концепту та загроз когнітивної війни, аналітичні записки Д. Дуцик про протидію дезінформації, дослідження Є. Когена про спричинені війною виклики для українських редакцій;
- Нормативні документи: Наказ Головнокомандувача ЗСУ №73, що регулює зонування та роботу журналістів поблизу зон бойових дій, Закон України «Про рекламу», норми Кодексу журналістської етики, які встановлюють правові, безпекові та етичні межі функціонування медіа у воєнний час;
- Соціологічні дослідження: опитування від Інтерньюз Україна, USAID-Інтерньюз, соціологічної групи Рейтинг, міжнародні звіти Reuters Institute.

- Матеріали професійних організацій: моніторинг Інституту масової інформації, дослідження Індексу медіаграмотності від Детектор Медіа, рекомендації від Національної спілки журналістів України. Також враховано напрацювання державної ініціативи у вигляді проекту Міністерства культури «Фільтр» та міжнародної програми Journalism Trust Initiative;
- Журналістські публікації: практичні приклади онлайн-видань Texty.org.ua, Рубрика тощо, які демонструють ефективність застосування пояснювальної журналістики та журналістики рішень. Проаналізовано антикризову комунікацію медіа Hromadske, досвід фактчекінгової ініціативи від Гвара Медіа у викритті маніпуляцій.

**Метою кваліфікаційної роботи** є комплексне теоретичне пояснення та практичне дослідження механізмів формування, утримання і відновлення довіри до медіа в умовах воєнного стану, з урахуванням наявних кризових тенденцій, розповсюджених журналістських помилок та специфіки сучасних інструментів перевірки фактів.

Для досягнення поставленої мети визначено послідовне виконання таких завдань:

- Вивчити та концептуалізувати поняття довіри до медіа в сучасній комунікативістиці, виокремивши інституційну, інформаційну та міжособистісну складові;
- Визначити ключові якісні, технологічні та економічні фактори формування довіри;
- Описати особливості функціонування медіаіндустрії під час війни в контексті нормативно-правових обмежень та когнітивних загроз;
- Проаналізувати динаміку рівня довіри до різних типів медіа в Україні протягом 2022-2026 років, виявити передумови виникнення кризи;
- Охарактеризувати типові помилки медіа, що здатні призвести до зниження довіри;

- Дослідити практичний досвід застосування форматів пояснювальної журналістики та журналістики рішень;
- Обґрунтувати алгоритм кризового реагування редакцій на фактологічні помилки, розкрити роль громадських фактчекінгових ініціатив;
- Випробувати міжнародну методологію перевірки фактів у межах практичного дослідження, оцінити її ефективність як інструменту формування довіри.

**Практичне значення** отриманих результатів має прикладне значення для редакцій українських медіа та журналістів, які функціонують в умовах війни. Запропоновані під час виконання роботи рекомендації можуть бути впроваджені у виробничі процеси медіа. Окрім того, описана методологія фактчекінгу може слугувати навчальним матеріалом для студентів спеціальності «Журналістика та соціальна комунікація».

**Особистий авторський внесок** містить теоретичне узагальнення концепту довіри, аналіз соціологічних даних медіаспоживання, класифікації помилок вітчизняних медіа. У межах групового міжнародного дослідження було здійснено особисту участь у змішаній інтенсивній програмі EUFactcheck Press Freedom Lab 2026, виконано збір інформації в Університеті прикладних наук Джейд у Німеччині з подальшим написанням тексту розслідування з перевірки фактів.

**Наукова новизна** роботи в межах бакалаврського кваліфікаційного дослідження полягає в систематизації чинників, що впливають на довіру до медіа під час повномасштабної війни, класифікації редакційних помилок та апробації багаторівневої методології фактчекінгу на матеріалі власного журналістського дослідження.

Додатково, власні результати дослідження на тему «Довіра до медіа під час війни» доповідалися в Маріупольському державному університеті на

Декаді студентської науки в січні 2026 року, після чого вони були додані до Збірника тез факультету філології та масових комунікацій. [2, с.125]

**Структура кваліфікаційної роботи** складається зі змісту, вступу, теоретичної, аналітичної та практичної частин, висновків до кожного з трьох розділів, загального висновку, списку використаної літератури, що містить 53 джерела, і семи додатків. Загальний обсяг роботи – 65 сторінок.

## **РОЗДІЛ 1**

### **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО МЕДІА**

#### **ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Цей розділ є теоретичним обґрунтуванням концепту довіри до медіа, містить комплексний аналіз чинників, що визначають специфіку її формування в умовах воєнного стану.

Дослідження структурно поділяється на три взаємопов'язані підрозділи, що послідовно розкривають заявлену проблематику. Сутність першого підрозділу виражена в концептуалізації поняття довіри, визначенні її ключових категорій. Другий – зосереджується на виокремленні факторів впливу на довіру споживачів, а третій підрозділ присвячено розкриттю особливостей функціонування медіаіндустрії під час війни.

#### **1.1 Поняття довіри до медіа в сучасній комунікативістиці**

Довіра до медіа в сучасній комунікативістиці – науці про засоби і гуманітарні функції масових інформаційних зв'язків – визначає ефективність демократичних інститутів, стабільність суспільства і його захищеність від маніпуляцій. [3]

Інституційна довіра стосується сприйняття медіа як незалежного соціального інституту, що виконує роль надання вільного доступу до інформування, просвітництва, демократичного посередництва між владою і суспільством з урахуванням політичного контексту. [4, с.191] Зокрема, це означає ефективність, справедливість і прозору підзвітність медіа, діяльність у межах суспільно визнаних норм. [5, с.132]

Зазначається, що інституційна довіра в Україні значною мірою формується на основі кризових ситуацій, а не тривалої послідовної взаємодії.

На прикладі медіа це може означати, що джерело, яке висвітлює таку значущу тему, як війна, отримує великий кредит довіри і до всіх інших поширюваних тем.

Говорячи про проблематику вимірювання інституційної довіри в опитуваннях, здебільшого її визначають за допомогою питання «Якою мірою Ви довіряєте...?» [6, с.14]

Оскільки кожен опитаний вкладає своє значення в це запитання і тому дослідити однозначність розуміння терміну неможливо, пропонується формулювати питання не до розуміння довіри в цілому, а до її сутнісних характеристик. Додатково звертається увага на те, що впливати на точність результату дослідження інституційної довіри здатне не лише формулювання, але й обрана шкала вимірювання, що поділяються на вербалізовані та невербалізовані.

Інформаційна довіра, у свою чергу, розкриває внутрішній стан користувача під час споживання новин. Це виражається здатністю медіа до отримання, тлумачення, вибору та дистрибуції інформації, спонукати споживачів формувати суспільну культуру і свідомість через поширювані новини. [7, с.16]

Цей тип довіри теж має свої особливості, викликані глобалізацією інформаційного простору. Адже окрім мережевого спілкування та зворотного зв'язку з автором публікації, користувач може сам вільно розміщувати й поширювати будь-які матеріали, формувати суб'єктивну бульбашку. Інформаційні атаки, що почали використовуватися як стратегії ведення гібридної війни, стали розповсюдженим явищем, яке потребує від медіа оперативного та об'єктивного реагування, здатного вплинути на безпекову ситуацію й рівень довіри.

Загалом трансформації довіри, спричинені воєнним часом, відбуваються під впливом різних факторів, включно з регуляцією свободи слова, пропагандою, дезінформацією, медіаграмотністю тощо. [8]



Рис. 1.1. Концептуальна модель впливу інформаційної війни на свідомість.

Відтворено з [8, с.133]

У тематичному матеріалі Reuters додає, що довіра впливає на саму роль новин: для журналістики в глобальному сенсі важливо мати громадську довіру, адже це корелює з ефективністю популяризації і засвоєння інформації. [9]

Цікавим спостереженням є і те, що рівень довіри до медіа здатний деяким чином коливатися від того, наскільки активно воно виражає інтереси конкретних категорій читачів. Саме молодь до 35 років, люди з низьким доходом та меншим рівнем освіти, чиї інтереси висвітлюються в медіа найгірше, демонструють найменшу довіру. Разом із тим, ні політичні погляди, ні стать, ні вищеназвані якості не дають великих глобальних відмінностей у

ранжуванні основних факторів довіри до новинних видань. Прозорість створення, високі стандарти, чесність і неупередженість були обрані всіма категоріями на 47 ринках світу як найбільш впливаючі на довіру, коли збіг цінностей чи довголітня історія видання грали найменшу роль.

Наостанок, міжособистісна довіра впливає на якість реагування на небезпеки, схильність до співпраці та ситуативної адаптації. [10, с.34] У контексті медіа, міжособистісна довіра пов'язана з регуляцією взаємин між споживачем і автором матеріалу, активізує взаємодію, сприяє залученню у двосторонню комунікацію. Спілкуючись з аудиторією в коментарях, проводячи опитування, аналізуючи реакції та настрої, медіа отримує прихильність, нарощує базу постійних читачів.

Підсумовуючи проблематику, можна виокремити три основні категорії довіри до медіа: інституційну – як комплексного демократичного інституту, інформаційну – що відповідає за вміння розрізняти контент, аналізувати сторонню й поширювати власну інформацію, а також міжособистісну довіру – що розрізняє зв'язок із джерелом.

Особливо яскраво ці визначені категорії здатні проявити себе в умовах стресових ситуацій та воєнних катаклізмів. Довіра надається тим медіа, що вдало поєднують високі професійні стандарти, оперативність, відкриту комунікацію з аудиторією і реагують на будь-які зміни в суспільстві.

Тому, незважаючи на те, що поняття довіри не має єдиної системи оцінювання та сприймається кожним індивідуально, існують конкретні якісні фактори, здатні повпливати на формування довіри до медіа.

## **1.2 Фактори формування довіри до медіа**

Якість журналістського матеріалу виступає первинним індикатором встановлення когнітивного зв'язку між споживачем і медіаресурсом,

формує довготривале ставлення до останнього. Відчуваючи на собі втому від емоційного й інтелектуального перенавантаження, спричиненого безперервним малоконтрольованим потоком інформації, люди, з метою його контролювання, стають все більш вибагливими до глибини, змістовності й ексклюзивності пропонованого для перегляду матеріалу.

Власне, спираючись на дані соціологічних досліджень медіаспоживання, проведених громадською організацією Інтерньюз Україна протягом 2025 року, простежується певна розбіжність в оцінюванні різних аспектів воєнних матеріалів, не задовольняючись лиш поверховим висвітленням. Приміром, показник оперативності подачі новин, вирішальний у перші роки повномасштабної війни, сьогодні демонструє спад від 66% у 2023 році до 61% у 2025 році, що вказує на адаптацію аудиторії до швидкості інформаційного потоку. Разом з тим, погіршилися або стагнують оцінки й решти якісних факторів: аналізу подій, достовірності, точності та повноти викладу.

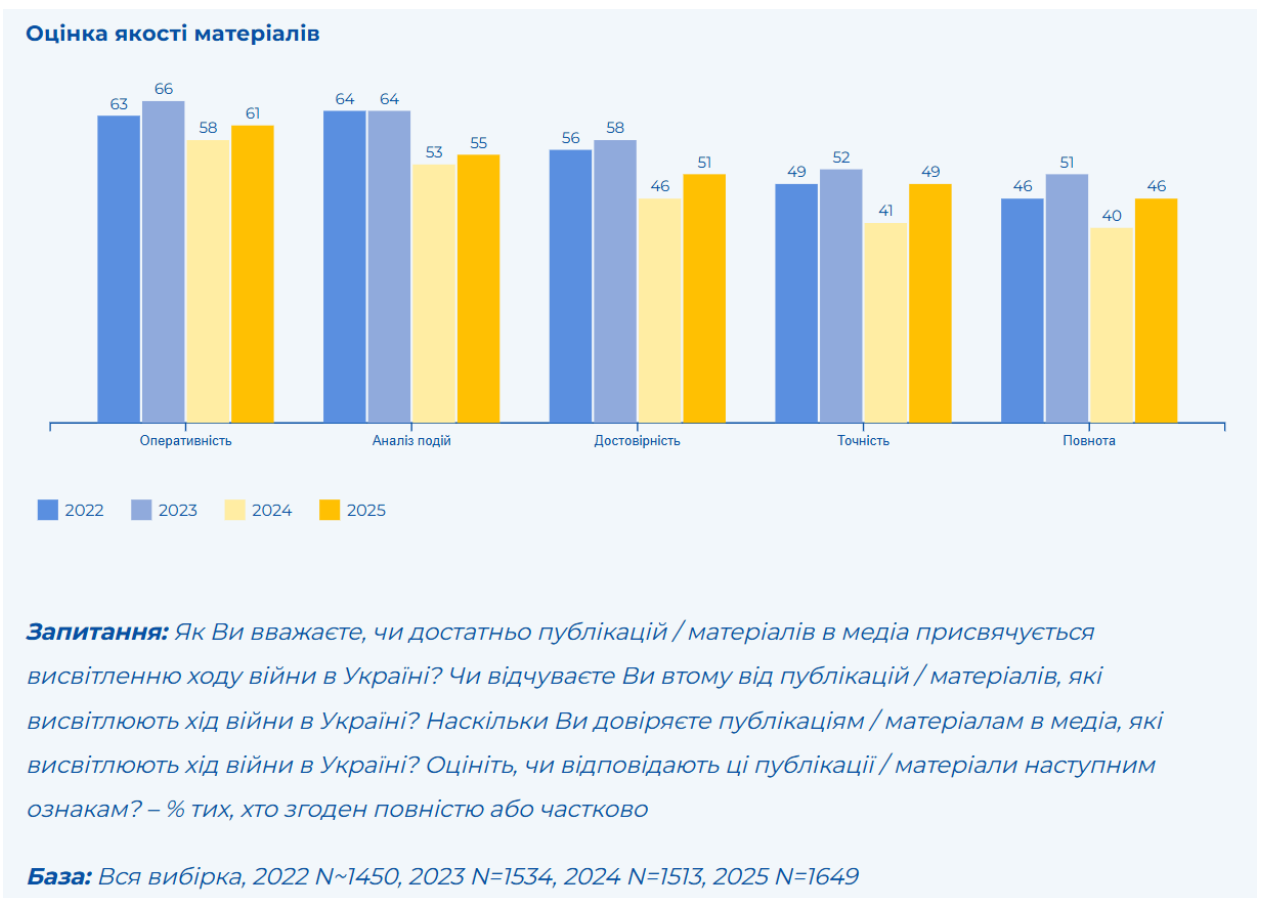


Рис. 1.2. Динаміка оцінки матеріалів про хід війни. Відтворено з [11]

Слід підкреслити, що за межами очевидних факторів впливу на формування довіри й функціонування медіа, контентна якість пов'язана і з економічними, точніше – з готовністю читачів фінансово підтримувати діяльність незалежних медіа, що досягається механізмами підписок чи донатів. Український медіаринок демонструє в цій сфері обнадійливі тенденції: незважаючи на проблеми з економікою, спричиненими затяжною війною, близько чверті опитаних користувачів новинних вебсайтів у 2025 році висловили свою готовність платити за доступ до високоякісних інтернет-медіа. [12]

Акцентуючи на впливі сучасного контексту, в якому перебуває держава, Євген Магда, український дослідник і політолог характеризує війни, у яких невійськові засоби підпорядкування та знищення ворога переважають над військовими, гібридними. [13, с. 105] Дійсно, згідно з даними опитувань Reuters Institute, 58% представників світової громадськості занепокоєні все більшою складністю розрізняти правду від брехні в онлайн-медіапросторі. [14]

Звідси утворюється висновок, що у масовій невизначеності саме професійні журналістські стандарти мають слугувати надійним маркером безпечного орієнтування в інформаційному потоці. Тож український медіаринок активно долучається до глобальної Ініціативи журналістської довіри (Journalism Trust Initiative), розпочавши процеси прозорого самооцінювання та публікації звітів про редакційну політику. [15]

У межах програми 67 вітчизняних медіа подали до розгляду свої звіти, ще 16 – вже успішно пройшли сертифікацію, що дозволяє їм залучати міжнародну донорську підтримку, підвищувати свої позиції в рекомендаційних алгоритмах та суттєво нарощувати користувацьку довіру. З-поміж них – Hromadske і Hromadske Radio, Intent Press, NikVesti, I-VIN.info, Status Quo, Mind.ua, ShoTam Media, PMG.ua, LIGA.net, 0372.ua, NV.ua і Радіо НВ, Вісник Ч, Слобідський Край, а також Перший Криворізький.

Підкріплюючи тему, дослідження українських споживачів медіаконтенту підкреслюють високий інтерес до ідентифікації авторства матеріалів: 37% перевіряють зробив це блогер чи професійний журналіст, ще 31% вирішують, покладаючись на загальний контекст новини. [16, с.39]

При цьому рівень довіри до журналістів є майже однаковим із непрофесійними творцями. Головною перевагою перших є відповідальне ставлення до точності викладених фактів і достовірності використаних джерел. Натомість популярні блогери та незалежні коментатори приваблюють емоційним презентуванням власної суб'єктивної позиції, інсайдерськими даними та незалежністю у виборі гострих тем.

Окремим фактором формування довіри до медіа варто виділити стрімкий розвиток цифрової інфраструктури та мобільності споживання інформації, що призвело до дистрибуційного домінування месенджерів і соціальних мереж. За динамікою останнього десятиліття, щомісячне послуговування соцмережами з ціллю дізнатися новини збільшилося від 51% до 86%, у той час як спеціалізовані сайти або телебачення застосовує лише третина громадян. [11]

Така тенденція вимагає від редакцій вдосконалення розуміння специфіки рекомендаційних стрічок задля утримання уваги аудиторії та відповідної адаптації своїх матеріалів під нові формати споживання. Наступним технологічним чинником, що трансформує медіапростір, є інтеграція генеративного штучного інтелекту, використання якого почало різко підвищуватися як серед споживачів новин, так і їхніх творців. Незважаючи на всебічну популяризацію з подальшим впровадженням ШІ в освітні, розважальні та професійні процеси, рівень довіри до нього неоднозначний. Дослідження, проведене Детектор Медіа, підтверджує це. У ньому йдеться, що 46% громадян України переконані в спроможності генеративних інструментів створювати й поширювати спотворені дані, 70% – вимагають прозорості зі

спеціальним маркуванням таких публікацій, а 43% – не довіряють коротким описам і оглядам у пошуковій системі, якщо ті створені штучним інтелектом.



Рис. 1.3. Опитування щодо ставлення українців до штучного інтелекту в медіа. Відтворено з [16, с.53]

Окрім вищеназваних чинників, що здебільшого описують діяльність медіа з її наслідками у формуванні споживацької довіри, існує ще один компонент, який в тому числі залежить від компетенцій самого споживача. Медіаграмотність – це набір навичок і знань для ефективної інтерпретації, оцінки і створення медіаповідомлень, надзвичайно необхідний у воєнний період. [17, с.5]

Критичне мислення є первинним фільтром обробки та оцінювання інформації, завдяки якому здійснюється аналізування контенту з виявленням прихованих смислів, ціннісних упереджень чи фреймінгу – розгляду медіа крізь призму формування ними вибіркової реальності, визначальної у ставленні аудиторії до ворогів, союзників і війни в цілому. В той же час, він не враховує суб’єктивне ставлення, здатне спричинити недооцінку ворожого

впливу в трансляванні неправдивих новин, які не були імплементовані до вибудованих фреймів належним чином або не висвітлені зовсім. [8, с.128]

У своїй книзі «Це не пропаганда», досліджуючи тему надміру повідомлень та разом з тим підлаштовування медійного простору під інтереси споживачів, журналіст Пітер Померанцев коментує: «У такому середовищі люди ладні сприймати та довіряти інформації, яка підсилює їхні погляди, не важить, яка вона викривлена чи неточна. Це спричинювало поляризацію та зменшувало спільну основу, на якій відбувається раціональна, базована на фактах, дискусія...» [18, с.246]

Іншими словами, існування фреймінгу та інших елементів, які призводять до вживання необ'єктивного контенту, ще раз доводить необхідність володіння розвинутими навичками медіаграмотності. Згідно з комплексним дослідженням від березня 2026 року, частка українців з індексом медіаграмотності «вище середнього» і «високий» сягнула 69%.

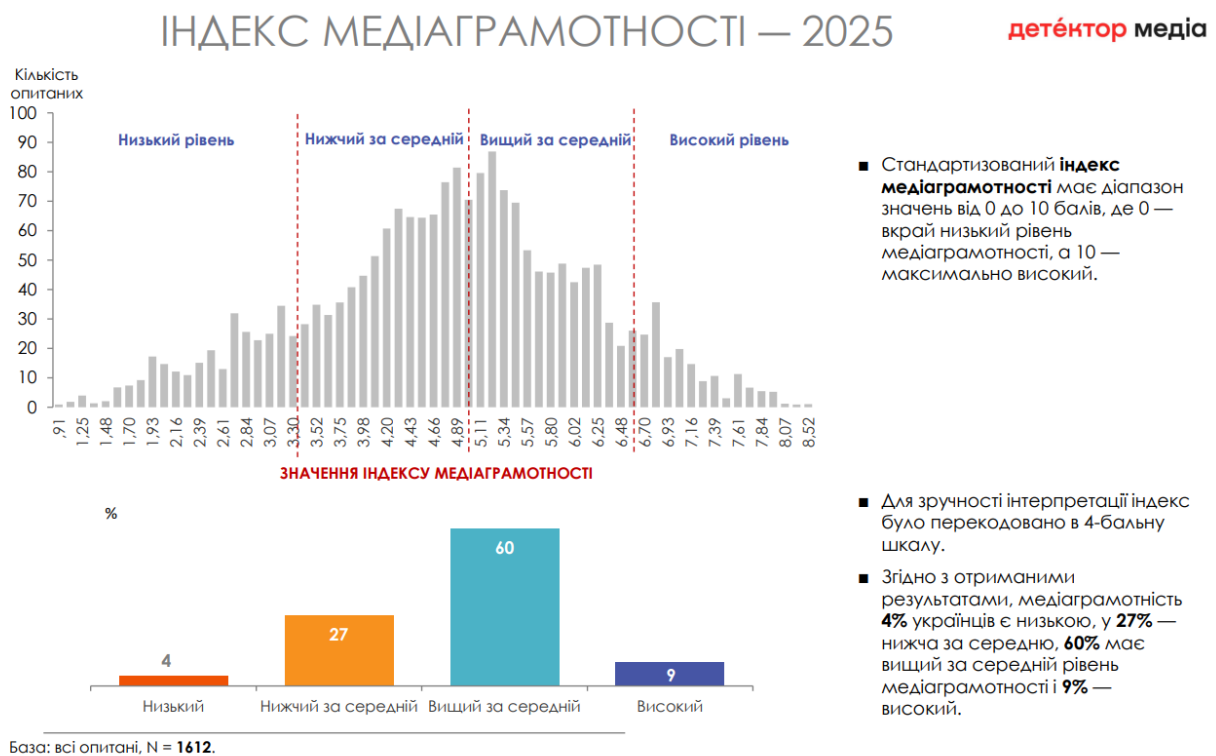


Рис. 1.4. Дослідження рівня медіаграмотності українського населення

Відтворено з [16, с.11]

Це свідчить про довготривалий прогрес у загальній компетентності громадян, адже порівняно з довоєнним звітом 2020 року, де зафіксовано показник 55%, частка користувачів з високим рівнем медіаграмотності щорічно показує кращий підсумок. [19, с.65]

Такі позитивні зміни пояснюються мобілізацією когнітивних ресурсів, необхідних для адаптації і функціонування в умовах, коли від уміння перевіряти легітимність даних може залежати життя і здоров'я аудиторії. В тому числі, свій внесок зробило й активне висвітлення теми у вітчизняному медіапросторі. Виконавча директорка Українського інституту медіа та комунікацій Діана Дуцик зазначає: «Якщо до російського повномасштабного вторгнення з темами медіаграмотності та протидії дезінформації здебільшого працювали окремі незалежні медіа за підтримки міжнародних донорів, то після 24 лютого 2022-го ці питання – ключові для національної безпеки України – стали видимими для всіх українських ЗМІ». [20]

Крім внеску засобів інформації, існують також і національні освітні ініціативи з дослідження й підвищення медіаграмотності. За статистикою, половина опитаних, а саме 47%, чули або особисто відвідували курси й тренінги на цю тему. [16, с.71]

Однією з таких ініціатив є проєкт «Фільтр», розпочатий у 2021 році Міністерством культури та стратегічних комунікацій України для зміцнення інформаційної стійкості громадян. Він щорічно проводить Національний тест з медіаграмотності, має навчальні онлайн-курси на цю тему, займається просвітою людей похилого віку та школярів, публікує посібники і багато іншого. Зокрема, відмінністю «Фільтру» є поширення матеріалів, що мають ознаки інфотейнменту – комбінацій інформативності з розважальним елементом, адаптованим під різні вікові категорії. [21, с.5] До цього списку додаються браузерні ігри про безпеку в інтернеті для дітей, освітні серіали й відеопроєкти, які популяризує сайт.

Зрештою, зібрана інформація підтверджує, що основною перевагою медіа є інституційна довіра, перевищуюча плюси оперативності й інсайдерства, які можуть запропонувати блогери, генеративні моделі чи неякісні джерела у соціальних мережах. А український медіаринок останніх років показує, що підтримка довіри є комплексним процесом. До нього залучені і редакції, шляхом підвищення аналітичної якості матеріалів, дотримання журналістських стандартів й опанування цифрового середовища, і споживачі, чия персональна компетентність до обробки та критичного ставлення до інформації має чимале значення, і освітні ініціативи, що аналізують суспільні тенденції та заохочують до підвищення медіаграмотності.

### **1.3 Особливості функціонування медіа в умовах війни**

Трансформування сфери міжнародної безпеки, зумовлене повномасштабною агресією проти України, започаткувало масові зміни і в галузі функціонування медіа: тепер інформаційний простір із нейтрального ретранслятора новин перетворився на один із ключових елементів ведення та протистояння у когнітивній війні.

З огляду на це, медіа змушені адаптуватися, балансує між необхідністю забезпечення національної безпеки, збереженням об'єктивності, захистом фізичного та ментального здоров'я своїх працівників і, разом з тим, вирішенням етичних дилем.

Дотепер у науковому та суспільно-політичному дискурсі домінував термін «інформаційна війна», сутність якого полягає у цілеспрямованому поширенні дезінформації, пропаганди та маніпулятивних повідомлень задля формування певної думки у широких масах. Проте зараз дедалі більше в західній термінології поширюється назва «когнітивна війна». Її концепт зосереджується на руйнуванні умов формування думки: емоціях, пам'яті,

увазі, логіці інтерпретацій та механізмові ухвалення рішень. Це означає, що інструментом ураження здатна бути навіть правдива інформація.

Так, у звіті про дослідження когнітивної війни головних науковців НАТО вказано, що завдяки сучасним технологіям з'явилась можливість створювати нові форми обману просто через розповсюдження хиб, змінюючи штучне і людське пізнання на суспільному, груповому й індивідуальному рівнях. У відповідь на вищезазначені негативні ризики, суспільне усвідомлення існування дезінформації може підвищувати моральну стійкість, покращувати загальну обізнаність і знижувати можливості супротивників до психологічних атак. [22, с.8]

Під час прямої військової агресії на перший план у медіа виходять функції соціальної консолідації, запобігання панічним настроям та мобілізації ресурсів для протистояння ворожим атакам. Унікальним проявом такої кризових стратегічних комунікацій українського медіасередовища став запуск 24 лютого 2022 року національного телемарафону «Єдині новини». Цей формат об'єднав інформаційні ресурси головних телевізійних мовників країни. Відмовившись від конкуренції за перегляди, вони почали роботу над створенням цілодобового спільного контенту в координації з високопоставленими представниками державної влади, при цьому відключивши з цифрового ефірного мовлення три опозиційні телеканали та відмовившись від реклами. [23]

У перший час повномасштабного вторгнення телемарафон слугував виключним найбільшим верифікованим джерелом новин і відігравав чималу роль у згуртуванні нації з формування спільного бачення історичних подій, та зрештою, почав втрачати свою популярність. [24]

Від початку повномасштабної війни набули змін і внутрішні фактори діяльності журналістів, продиктовані Наказом Головнокомандувача ЗСУ №73, згідно з яким функціонування журналіста може обмежуватися небезпекою

території, на якій він перебуває. Так, документ визначає зелену зону, де дозволяється вільна робота, жовту, де діяльність проводиться тільки за додаткового нагляду відповідного пресофіцера, і червону зону, що повністю забороняє журналістське втручання. Виключенням в отриманні доступу до останньої зони є критична необхідність у інформуванні міжнародної спільноти та місцевого населення про військові злочини за спеціальним дозволом, який має отримати працівник медіа. [25]

Провідну роль у формуванні професійних стандартів відіграє Комісія з журналістської етики, яка в серпні 2024 опублікувала рекомендації з коректного висвітлення військових операцій у медіа. Визначається, що ці події становлять колосальний публічний інтерес, тож навіть відрядження українських репортерів на контрольовані ЗСУ території РФ відповідають їхній місії служіння аудиторії. Одночасно з цим Комісія з журналістської етики закликала до високої обережності у верифікації та чіткого окреслення статусу журналіста: носіння жилету з позначкою «Преса», наявності прес-карти та всіх необхідних пропускних документів. Більше того, перебуваючи в небезпечних професійних відрядженнях до зон із воєнними діями, журналісти класифікуються цивільними особами. Це означає, що вони мають не носити військового одягу, не чіпати зброю, зважувати ризики полону, уникати упередженості та використовувати виключно коректну термінологію, аби уникнути місінформації – ненавмисного поширення ворожих інформаційно-психологічних установок. [26]

Важливо згадати і тенденцію до погіршення ментального здоров'я працівників індустрії. Досвід функціонування медіа у 2022-2025 роках доводить, що крім фізичних загроз – загибелі, поранень, знищень редакційних офісів, робочої інфраструктури, примусових релокацій – журналісти стикаються з руйнівним психологічним тиском і переслідуваннями, що призводять до системної травматизації. [27]

Відповідно до нещодавнього анкетування Інституту масової інформації, 75,6% журналістів перебувають у стані психологічного виснаження, спричиненому хронічним стресом. [28]

Ба більше, економічні й фінансові виклики, в тому числі пов'язані зі скороченням іноземних грантів, є ще однією проблемою, яка від безпекових і професійних ризиків переносить увагу на загальне виживання редакцій, їхнього ресурсного виснаження та втрату стабільності. Дослідник Media Development Foundation Євген Коген констатує, що особливо відчутними фінансові втрати є для медіа у прифронтових містах. Вони мають найбільші проблеми з пошуком рекламних кооперацій, зіштовхуються з занепадом бізнесів своїх громад і демографічними втратами з боку аудиторії, яка релокується з небезпечних регіонів. [29]

Отже, функціонування медіа при затяжному збройному конфлікті є винятковим випробуванням на інституційну, правову та психологічну стійкість, що вимагає від українських медіа запровадження нових підходів та розбору вже задіяних.

Так, досвід національного телемарафону «Єдині новини» яскраво ілюструє життєвий цикл кризових медійних форматів: відігравши консолідуючу роль на початку повномасштабного вторгнення у 2022 році, вже в середині 2025 року вичерпав свій мобілізаційний потенціал, зафіксувавши негативні ознаки довіри.

Видозмінений правовий режим воєнного стану, дотримання особливих безпекових та етичних правил журналістів у висвітленні тем на воєнну тематику – нові особливості сучасних реалій.

Нарешті, збереження життєздатності медіасектору напряму залежить від забезпечення людського капіталу – програм як психологічної підтримки самих журналістів, так і фінансового забезпечення їхніх редакцій під час екзистенційної кризи.

## Висновки до розділу 1

Узагальнюючи результати дослідження, викладені у першому розділі, можна констатувати, що довіра до медіа в сучасній комунікативістиці виступає показником якості журналістики, елементом консолідації суспільства в кризових ситуаціях.

Проаналізована проблематика дозволяє сформулювати такі ключові висновки:

- По-перше, було з'ясовано, що феномен довіри до медіа поєднує інституційну, інформаційну та міжособистісну довіру;
- По-друге, визначено, що дотримання професійних стандартів, неупередженість, прозорість діяльності та глибока аналітика ознаменують головну перевагу медіа над непрофесійними блогерами, коментаторами і генеративним штучним інтелектом;
- По-третє, популяризація соціальних мереж і вибіркове споживання контенту, коли відповідальність обрання матеріалів переходить з редакцій на самого читача, вимагають високого рівня медіаграмотності. Завдяки критичному мисленню аудиторія розпізнає маніпуляції, фреймінг, дезінформацію, а тенденція до зростаючого індексу медіаграмотності серед українців свідчить про успішну соціальну адаптацію до цих викликів, в тому числі завдяки громадським освітнім ініціативам, які активно поширюються медіапростором.

## **РОЗДІЛ 2**

### **ДОСЛІДЖЕННЯ КРИЗИ ДОВІРИ ДО МЕДІА У ВОЄННИЙ ЧАС**

У другому розділі кваліфікаційної роботи здійснюється комплексний аналіз причин утворення кризи довіри українців до різних джерел інформації в умовах повномасштабної війни. Досліджується трансформація медіаспоживання, визначаються ключові фактори стагнації довіри до офіційних журналістських ресурсів, акцентується увага на джерелах, що залишаються на провідних позиціях і сьогодні.

#### **2.1 Аналіз рівня довіри до медіа в Україні під час війни**

«Війна справляє феноменальний вплив на ставлення до новин. У стані шоку люди прилипають до всіх доступних джерел», – коментував у своїй книзі «Війна за реальність» колишній Міністр закордонних справ Дмитро Кулеба. [13, с.44]

На початку повномасштабного вторгнення абсолютна більшість інформаційного простору складалася з контенту про останні воєнно-політичні новини. Окрім медіаресурсів, чийм призначенням було і залишається фіксувати воєнні злочини ворога та висвітлювати суспільні проблеми, що утворюються в Україні, поширенням даних займалися й інші джерела. За результатами опитування USAID-Інтерньюз, опублікованому наприкінці 2022 року, простежувалося, що кожен другий українець довіряв усім із доступних джерел. При цьому найбільші показники довіри, в районі 80%, отримали не медіа чи офіційні урядові сайти, а інформація від родичів, знайомих і Генерального штабу Збройних сил України. [30]

Були простежені й зміни в тенденціях довіри до різних типів медіа – від початку повномасштабного вторгнення онлайн-медіа і телебачення, зокрема через успіх «Єдиних новин», згаданих у попередньому розділі, зазнали

стрімкого зросту, а радіо і друкована преса лише продовжили втрачати оберти (додаток А).

Тоді концепція об'єднаного телемарафону виявилася дієвим інструментом кризового реагування на надзвичайну ситуацію – за результатами опитування, 84% глядачів відзначали високу довіру до проєкту. [30, с.22]

Проте, у міру адаптації суспільства до тривалих воєнних умов та поступовому виникненні нових, уже внутрішньополітичних, викликів, цей формат телемовлення почав засвідчувати ознаки стагнації, а зрештою – негативного тренду довіри аудиторії. Наприклад, згідно з опитуванням соціологічної групи «Рейтинг» від 1 вересня 2025 року, 39% громадян уже зовсім не довіряло телемарафону, 24% вагалось з відповіддю, а 19% було складно відповісти на це питання. [31, с.6]

Насамперед, зниження довіри пов'язане з тривалою відсутністю демонстрації плюралізму, уніфікованим контентом, ігноруванням питань внутрішньої політики держави та корупційних проблем, надмірно оптимістичною тональністю висвітлення подій, нерідко дисонуючою з реаліями. Особливо часто недовіра до медіа виникала саме у внутрішньо переміщених осіб, що помічали невідповідність опублікованих журналістських матеріалів з тим, що вони бачили на власні очі. [30, с.13]

Зазначені тенденції стали одним із факторів того, що в наступні роки повномасштабного вторгнення спостерігався поступовий відтік аудиторії. Користувачі були в пошуках альтернативних джерел інформації, здебільшого на просторах соціальних мереж, замінивши традиційні ЗМІ на розрізнені неофіційні пабліки, групи, публікації окремих медійних діячів і Telegram-канали.

Останніми в довоєнний період користувалося лише 20% українців, тоді як у 2023 році кількість зросла до 71%, що зробило месенджер основною платформою споживання новин. [32]

Тенденція зростання довіри до соцмереж зберігалась і надалі. Серед головних переваг, відмінних від традиційних новинних сайтів, споживачі визначають можливість ведення живої дискусії у коментарях, інтерактивність, доступність і швидкість. [33, с.15]

Незважаючи на те, що Telegram може створювати загрозу витоку персональних даних та толерувати просування російських наративів в анонімних каналах, 64% опитаних виступають проти обмеження доступу до соціальних мереж. [11]

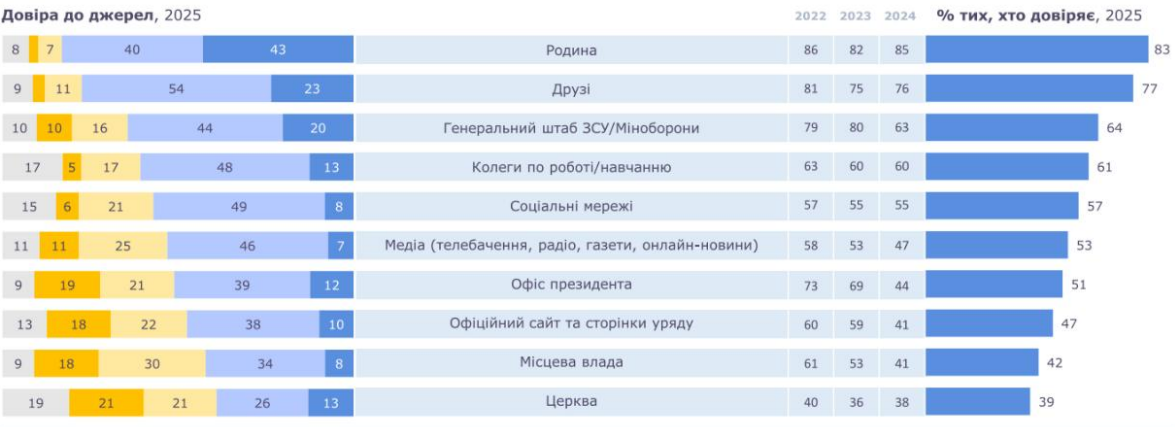
«Ясна річ, що українці не підуть з Telegram, оскільки від початку повномасштабного вторгнення офіційні джерела отримали оперативний контакт із громадянами через Telegram, включно з локальними обласними територіальними громадами, які сповіщали про тривогу та можливі обстріли», – додає медіааналітикиня Інституту масової інформації Яна Машкова. [34]

Тому Telegram, як ультимативне новинне середовище, де зібралися блогери, канали, політичні й військові аналітики, громадські діячі, представники уряду та державні служби, ще довго користуватиметься попитом серед українських користувачів. Тенденція найбільшої довіри до близького кола спілкування та Генштабу ЗСУ простежується і в дослідженнях 2025 року – від початку повномасштабного вторгнення топ лідерів не змінився.

Довіра до джерел інформації, 2022–2025 (у %)



Найбільш надійними джерелами інформації респонденти вважають родину та друзів.  
Серед органів державної влади найбільше довіряють Генеральному штабу Збройних Сил України / Міністерству оборони.  
Соціальним мережам та медіа довіряють більше половини опитаних.



Запитання:  
Наскільки ви в цілому довіряєте інформації із наступних джерел ...?  
% тих, хто довіряє повністю або частково

База:  
Вся вибірка, 2022 N=1450, 2023 N=1534,  
2024 N=1513, 2025 N=1649

Рис. 2.1. Дослідження глибини довіри до різних джерел інформації від початку повномасштабного вторгнення. Відтворено з [11]

Резюмуючи, як на початку війни, так і тепер, через чотири роки, в кризових умовах суспільство схильне довіряти найбільш наближеним джерелам. Хоча довіра до медіа як до інституції зберігається у більшості українців, вона не перевищує показники довіри до інформації від родичів чи Генерального штабу Збройних сил України.

Найпопулярнішими джерелами в медіа споживачі класифікують соціальні мережі, відзначаючи їхню відкритість до висловлювання власної думки у коментарях. А однозначним флагманом використання українськими читачами є Telegram. Інші ланки займають професійні онлайн-медіа, телебачення, радіо, друкована преса.

До того ж, це свідчить про децентралізацію довіри до медіа. Відповідно до останніх соціологічних замірів, об'єднане національне джерело інформації, яким задумувався телемарафон «Єдині новини» фіксує зниження первинних високих показників довіри. Натомість існує чіткий попит на розрізнені дані,

що розповсюджується інтернет-платформами і дає змогу самостійно обирати новинні джерела.

## **2.2 Типові помилки медіа, що знижують довіру**

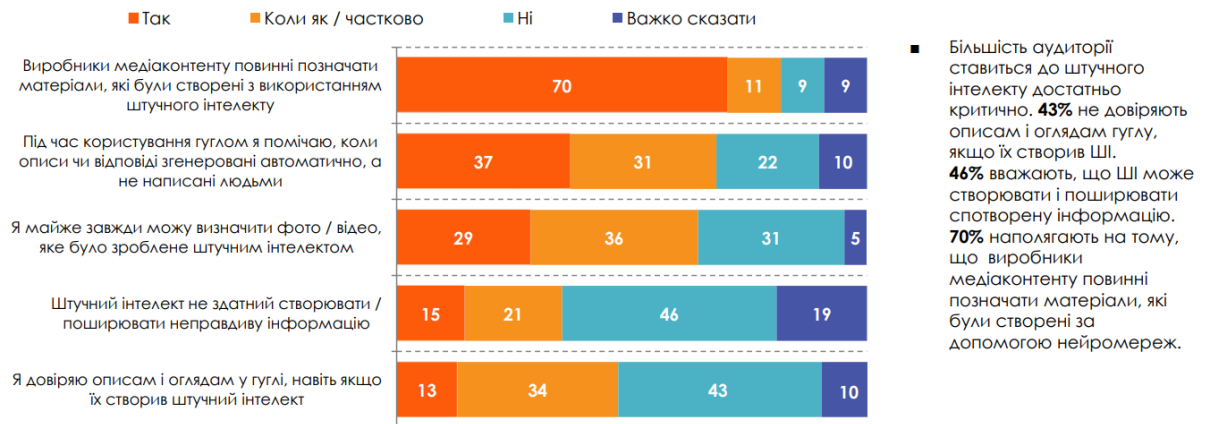
Однією з найбільших фундаментальних помилок, що підриває довіру до медіа, постає практика використання непідтвердженої чи анонімної інформації. Особливо яскраво це почало простежуватися через домінування месенджерів та соціальних платформ як первинних точок доступу до споживання контенту. Так, за підрахунками Reuters 2024 року, занепокоєння аудиторії щодо спроможності відрізнити правдивий онлайн-контент від фальшивого зросло до 59%. [35]

Проаналізувавши специфіку українських споживачів, уже пристосованих до років протидії російським інформаційно-психологічним операціям, фіксується тенденція чутливості до спотвореного чи маніпулятивного контенту. Згідно поточного дослідження медіаграмотності українців, 55% вважають дезінформацію значущою проблемою, і 44% займаються регулярною перевіркою достовірності побаченого. [36]

При цьому дослідники зафіксували конкретні маркери контенту, за якими ідентифікуються порушення журналістських стандартів та виявляються маніпуляції. Сюди входять: однобоке висвітлення, брак аргументів, надмірність кліше, ярликів і стереотипів, відсутність посилань на першоджерела, неповнота й неточність викладеного, зайве емоційне забарвлення, непідтверджена експертність.

## СПРИЙНЯТТЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

детектор медіа



База: ті, хто користується інтернетом, N = 1564 (2025 р.). Питання: «Зараз я зачитаю декілька суджень, а ви скажете, чи погоджуєтесь ви з ними, чи ні».

53

Рис. 2.2. Статистика актуальності проблеми маніпуляцій в медіа для українських споживачів Відтворено з [16, с.62]

До того ж, інструментом гібридної війни стало використання посилань на анонімні джерела. Через мережі підконтрольних каналів у соцмережах та медіаплатформах російські спецслужби імітують місцеві українські джерела чи навіть персоналії окремих військових, часто згенерованих штучним інтелектом, щоб поширювати панічні настрої та дезорієнтувати населення (додаток Б).

Необдуманно використаний для журналістських матеріалів користувацький контент, в яких медіа виступає ретранслятором емоційних реакцій своєї аудиторії, пригнічує загальний критичний аналіз. Особливої небезпеки така специфіка набуває під час кризових подій, адже поширення неперевіраних чуток може заважати наданню гуманітарної допомоги й призводити до більших людських жертв. Навіть за умови подальшого спростування хибної інформації первинний емоційний відбиток залишається

в пам'яті споживача, формуючи тривалу недовіру до джерела, яке припустилося помилки.

Окрім проблем зі збором достовірних даних, не менш руйнівний вплив на довіру має і відверто маніпулятивний спосіб їхньої репрезентації.

Клікбейт як стратегія створення віральних заголовків – ще одна помилка, що суттєво знижує довіру до медіаресурсів. Використання шокуючих заголовків про кількість людських жертв із гіперболізованою деталізацією подій, публікація програм соціальних виплат із замовчуванням ключових умов, вирвані з контексту політичні заяви – типові приклади гри на почуттях аудиторії, що в контексті війни вже перебуває в стані постійної підвищеної тривоги й емоційності. У довгостроковій перспективі, крім недовіри до конкретного медіа, клікбейтні практики зменшують прихильність до всіх українських медіаінституцій як таких та стійкість ворожим інформаційним операціям.

Введення в оману нерідко не обмежується заголовком, проникаючи в структуру тексту та його наповнення. Порушення етичних стандартів у журналістиці виступає найглибшим чинником недовіри, бо демонструє відсутність доброчесності медіа як соціального інституту, що замість суспільних інтересів обирає підпорядковуватись комерційним і політичним групам – 74% і 26% серед усіх матеріалів з ознаками замовності, тобто «джинси». [37]

Також згідно останнього моніторингу Інституту масової інформації, значна частина медійного ринку продовжує практикувати неналежне маркування або повну відсутність відокремлення рекламного контенту від інформаційного. Джерело додає, що це може бути пов'язано із упередженістю рекламодавців до прозорості з читачами, спричиненого нестачею актуальних досліджень про довіру до немаркованої реклами. Такі некоректно позначені матеріали не лише намагаються обійти Закон України «Про рекламу» та

Кодекс журналістської етики, а й маніпулюють суспільною думкою – просувають послуги і товари, відбілюють чиюсь репутацію, опікуються отриманням політичних дивідендів замовником тощо.

Окрім цього, довіра до медіа суттєво підривається через недотримання стандартів приватності та етичності під час висвітлення травматичних подій війни. Можливим порушенням вважається демонстрація облич загиблих без згоди родичів, розголошення персональних даних постраждалих чи надмірна деталізація насильницьких сцен, здатних призвести до повторної травматизації як самих учасників сюжету, так і його споживачів.

Більше того, Національна спілка журналістів України (НСЖУ) не рекомендує послуговуватися мовою ворожнечі: «варто дотримуватися нейтральної мови, якщо ми хочемо, окрім нашої аудиторії, здобути міжнародну, аби вона звернула увагу і відреагувала на російські воєнні злочини в Україні». [38]

Проте більшість членів комісії НСЖУ погодилися з тим, що написання з маленької літери власної назви країни-ворога, членів її влади та застосування терміну «рашизм» із його похідними є припустимими, оскільки проводять паралелі із фашизмом та диктаторським режимом Росії.

Наслідком систематичного ігнорування професійних стандартів на всіх етапах створення матеріалу є глобальна криза довіри до медіа.

Варто також зазначити, що свідоме обрання для споживання неперевіраних джерел відбувається через два ключових фактори – люди почали надавати пріоритет оперативності над змістовністю і змінили шаблони споживання. Перший приклад підтверджує, що швидкість публікації матеріалів стала домінуючим ринковим важелем, що може негативно впливати на якість перевірки інформації, віддаючи перевагу миттєвим високим охопленням аудиторії. Друга причина стосується користувачів медіа: попри ризик межування легітимних новин із дезінформаційними публікаціями,

споживачі більше покладаються на алгоритмічну видачу публікацій платформами, ніж на самостійний пошук у першоджерелах – останнім у світі займається лише 22% людей. [35]

До того ж, дослідження в галузі поведінкової психології доводять, що надемоційні публікації в інтернеті отримують значно вищу залученість, ніж нейтральний або позитивний контент: «Отже, алгоритми платформ соціальних мереж, орієнтованих на прибуток, надають пріоритет контенту, що викликає розбіжності, сенсації та провокації... Це явище відоме як «алгоритмічна радикалізація», коли система підштовхує користувачів до дедалі екстремальнішого контенту, щоб підтримувати залученість». [39, с.562]

Зважаючи на викладене, проаналізовані помилки можна класифікувати у вигляді таблиці:

| <b>Тип помилки</b>                       | <b>Порушений принцип</b> | <b>Можливі наслідки</b>                                | <b>Запобіжний механізм</b>                                                |
|------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| <b>Використання неперевірених джерел</b> | Точність, достовірність  | Поширення фейків, панічні настрої                      | Ретельний фактчекінг                                                      |
| <b>Клікбейт</b>                          | Повнота викладу          | Короткострокове охоплення, довгострокова втрата довіри | Дотримання редакційних правил та журналістських стандартів для заголовків |
| <b>Джинса</b>                            | Незалежність прозорість  | Сумніви у неупередженості медіа                        | Маркування реклами, розкриття фінансування                                |

|                                                |              |                                                         |                                                                                                   |
|------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Порушення<br/>приватності</b>               | Етичність    | Повторна<br>травматизація<br>постраждалих та<br>читачів | Мінімізація<br>поширення<br>персональних<br>даних,<br>оперативний<br>контакт із<br>героями сюжету |
| <b>Непрозорість<br/>виправлень<br/>помилки</b> | Підзвітність | Репутаційна<br>криза                                    | Публічне<br>маркування змін<br>у матеріалі                                                        |

Таблиця 2.1. Типологія найпопулярніших помилок медіа, що знижують довіру

## Висновки до розділу 2

Отже, аналіз помилок медіа вказує на те, що криза довіри є наслідком психологічних, економічних і технологічних чинників, що деформують традиційну журналістську модель. Тому для відновлення легітимності медіа як соціального інституту необхідна реалізація комплексу заходів, спрямованих на подолання виявлених дефектів. У контексті використання даних, зібраних у соцмережах і месенджерах, залишається необхідністю верифікація: відмова від анонімності джерел, повернення до ретельного фактчекінгу, перевага якості над перспективами високих охоплень. Замість короткострокових моделей монетизації діяльності, заснованих на клікбейтах, пріоритетним має бути перехід на користь побудови лояльних спільнот, що, в свою чергу, стимулюватиме до підвищення етичності контенту.

Подолання етичної кризи вимагає неприпустимості публікації замовних матеріалів та усіх форм прихованого впливу на редакційну політику. Насамперед це стосується прозорості власності медіа з розкриттям джерел

їхнього фінансування. А коректність у формулюваннях та запобігання мові ворожнечі впливають не тільки на довіру внутрішньої української аудиторії, але й на отримання державою підтримки на міжнародній арені, такої необхідної під час війни.

## **РОЗДІЛ 3**

### **ПРАКТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ДО МЕДІА**

#### **ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Метою цього розділу є практична апробація українських практик підвищення довіри до медіа і демонстрація дієвості перевірки фактів як ключового інструменту протидії дезінформації.

Практична частина кваліфікаційної роботи структурно поділяється на аналітичний та прикладний етап, сутність якого виражена в описі методології перевірки обраної на розгляд заяви і публікації власного фактчекінгового дослідження.

#### **3.1 Практики підвищення довіри в українських медіа**

Одним із найважливіших чинників, що формує довіру до медіа, є прозорість та відкритість до аудиторії. Це проявляється і шляхом розкриття інформації про власників видання, і чесними розповідями про скоєні помилки з їх виправленням надалі, і в зрозумілості викладу.

Розпочати цю підтему варто з принципів пояснювальної журналістики, актуальної під час війни, коли читачі мають розбиратися у великому спектрі тем, описаних у медіа, починаючи від культурного контексту до військової та економічної аналітики. Пояснювальна журналістика є перехідною ланкою між інформаційною та аналітичною, яка через мультимедіа виконує роз'яснювальну функцію. [40, с.14]

Такий вид матеріалів розрахований на широке коло людей із різним рівнем обізнаності, тож дані максимально спрощуються, лаконізуються та персоніфікуються. Українське медіа Texty.org.ua – показовий приклад використання пояснювальної журналістики. Сайт онлайн-видання має рубрику «Хід війни», де, в тому числі, через опис діяльності військових і

волонтерів тлумачаться глобальні процеси в Україні та світі: переосмислення проблем мобілізації, пояснення роботи системи охорони здоров'я, розкриття соціальних проблем тощо (додаток В).

Ефективність такого формату як механізму формування довіри закладена в основі структури викладу матеріалу. Наявність фактологічної основи та чітке роз'яснення причинно-наслідкових зв'язків запобігає поширенню панічних настроїв та структурує інформаційний потік.

Тут варто зазначити і про напрям «журналістики рішень», яка не лише описує проблеми доступною мовою, але й пропонує їхнє вирішення. Цей вид медіаматеріалів дозволяє читачам розглянути питання, що стосуються громади, міста чи суспільства в цілому. [41]

Фахівці виділяють, що основне завдання журналіста цього напрямку – ставити питання «Як?», висвітлювати й ретранслювати ті рішення, які вже запровадили інші. Головний редактор медіа «Відбудова. Запоріжжя» Максим Савченко пропонує: «Ми і самі можемо стати співавтором того чи іншого рішення. І чим новітнішим, ефективнішим буде результат, тим цікавіше буде наш матеріал. Отже, журналістика рішень в сучасних умовах вимагає не журналіста-спостерігача чи висвітлювача, а журналіста активної дії».

При цьому експерти галузі наголошують, що найбільш правильним підходом є фокусування на вузьких підтемах великих проблем, для того щоб успішніше донести інформацію та знайти дієві рішення для конкретних випадків. [42]

Серед найбільш влучних прикладів журналістики рішень в Україні виділяється медіа «Рубрика». За тегом «Рішення» сайт публікує матеріали на економічну тематику, розкриваючи історії монетизації хобі, фінансової грамотності, відкриття власного бренду, роботи бізнесу тощо (додаток Г).

Як і в пояснювальній журналістиці, підкреслюється особлива дієвість ведення розповіді через висвітлення героя за проблемних обставин. Важливою

є як демонстрація успішних прикладів, так і тих, що не принесли очікуваних результатів. Усебічне висвітлення стратегій рішень проблемних ситуацій, підвищення лояльності й вибудова довірчих відносин з героями матеріалів дає змогу щиро розкрити реальні історії і значною мірою підвищити довіру до медіа. У цьому контексті механізм впливу на довіру полягає у фокусуванні на розв’язанні проблеми, коли медіа пропонує читачам конструктивні інструменти, уникаючи емоційних перепадів.

Поруч із загальнодоступністю й роз’ясненням викладеного, для утримання довіри не менш важливим залишається й аналіз його правдивості. Вирішальну роль у протидії інформаційним загрозам в Україні відіграють громадські фактчекінгові організації, такі як StopFake, VoxCheck, БезБрехні, НотаЄнота та багато інших, чия професійна діяльність щоденно сприяє викриттю ворожих інформаційно-психологічних спеціальних операцій.

Одним із успішних зразків практичної взаємодії з аудиторією у сфері перевірки фактів є функціонування Telegram/Viber-бота, розробленого Гвара Медіа в перші дні російського повномасштабного вторгнення. Цей інструмент дозволяє надіслати сумнівну новину, фото чи відео та отримати вердикт з валідності від професійних журналістів. Посеред інших функцій програми – ознайомлення з актуальними фейками, на які вже є підготовлена відповідь і понад 25 коротких тестів з різних підтем, що потребують уваги користувачів. З моменту запуску бота він отримав більше 116000 запитів, а статистика результатів досліджень оновлюється щоденно. [43]

Додатково, корисними для встановлення достовірності будуть такі джерела, рекомендовані співзасновницею Академії української преси Тетяною Івановою:

- Перевірка джерел й акаунтів – TGStat, Twitter Search, Whois;
- Аналіз і пошук мультимедійного контенту – YouTube DataViewer, InVID, Google Reverse Image Search;

- Дослідження архівних даних – Bellingcat Tools, Wayback Machine, Hoaxy. [44, с.8]

Оскільки процес фактчекінгу потребує вагомій кількості часу та зусиль, фактчекерськими організаціями докладаються зусилля для автоматизації частини цього процесу. А завдяки стрімкому розвитку й імплементації генеративних інструментів штучного інтелекту прогнозується поєднання технологічних та людських підходів. Автоматизовані процеси можуть виявляти шаблони дезінформації за допомогою обробки мови та методів машинного навчання, проте людський фактор все ще відіграватиме важливу роль у постобробці зібраної інформації. [45, с.300]

Як механізм формування довіри, системна перевірка фактів гарантує прозорість процесу верифікації даних, публічного розвінчування маніпуляцій, стимулює розвиток критичного мислення.

У кризовій ситуації, коли медіа припускається фактологічної помилки, що напряду впливатиме на подальшу довіру читачів, має застосовуватися алгоритм відповідної реакції, заснований на принципах абсолютної прозорості, відповідальності та поваги. Його складовими є:

- Оперативність та відмова від непомітного редагування, задуманого для приховування змін від аудиторії та спроб уникнути незручностей;
- Чітке маркування приміткою «виправлено» чи «оновлено» у заголовку матеріалу;
- Публічне визнання помилки та пояснення її суті;
- Повідомлення про помилку в наступному номері зі вказівкою на оригінал, якщо це друковане видання. [46]

Більше того, обговорюючи тему недостовірної інформації у воєнний час, де помилка у перевірці даних впливає не тільки на зниження довіри та рейтингові втрати, але й на емоційний стан родин військовослужбовців, важливо пригадати випадок медіа Hromadske, що трапився в лютому 2023 року.

У своєму меморіальному матеріалі «Майданівці, яких вбила Росія» було помилково оприлюднено фотографію живого учасника бойових дій, підписану іменем реального загиблого військового.

Помітивши помилку, редакція намагалася діяти непомітно, прибравши згадки живого солдата і не зв'язуючись ні з власною аудиторією для публічного вибачення, ні з його сім'єю особисто. Таке рішення не задовільнило родину військового, тож вона опублікувала критичний допис зі зверненням до Hromadske з вимогою публічного вибачення за неприпустимість недбалого ставлення до життів українських захисників. У відповідь, головна редакторка Христина Коціра та її заступниця миттєво прокомунікували з сім'єю постраждалого, після чого на сайті та соціальних мережах медіа з'явилося офіційне розгорнуте вибачення.

Випадок продемонстрував, що при виправленні помилок механічної зміни даних недостатньо: завжди треба звертати увагу на психологічно-тематичний контекст теми, позаяк відсутність своєчасного щирого вибачення здатна травмувати більше, ніж технічна помилка в матеріалі. [47]

У кризових ситуаціях механізм утримання довіри базується на редакційній підзвітності: оперативному публічному визнанню помилок, відмові від прихованого редагування та етичній взаємодії з постраждалими. Дотримання цих правил показує, що для медіа стандарти доброчесності є вищими за захист корпоративного іміджу.

Отже, головним капіталом будь-якого українського медіа під час війни є довіра, яка сьогодні формується через відкритий і чесний діалог з аудиторією. Застосування пояснювальної журналістики та журналістики рішень робить інформацію доступною та практично застосованою, а співпраця з фактчекінговими організаціями із впровадженням технологій верифікації гарантують її легітимність. Окремим маркером доброчесності можна виділити кризову комунікацію редакцій – здатність визнавати, правильно маркувати та

виправляти помилки, піклуючись про етичність цього процесу і ставлячи повагу до героїв публікацій та читачів вище за страх потенційних втрат довіри чи популярності.

### **3.2 Застосування перевірки фактів для формування довіри**

Підсумовуючи аналіз загальних компетенцій медіа, найважливішою дією для здобуття й утримання довіри від аудиторії є перевірка фактів. Вона сприяє точності, припиненню розповсюдження неправдивих даних і мінімізації впливу суб'єктивних факторів. Оксфордська дослідницька енциклопедія комунікації деталізує: «Фактчекінг – це процес перевірки точності тверджень, зроблених у публічному дискурсі або новинних репортажах, зазвичай шляхом перегляду першоджерел та інших доказів». [48]

З моменту повномасштабного вторгнення російських військ в Україну в 2022 році, весь європейський медіаландшафт спостерігає вплив війни на питання глобальної свободи преси, наряду з когнітивною війною, де пропаганда відіграє значну роль. Це робить перевірку фактів та контекст, що надає журналістика при висвітленні гострих подій, ще більш важливими.

У рамках змішаної інтенсивної програми EUFactcheck Press Freedom Lab 2026, що пройшла за ініціативи European Journalism Training Association в травні, з моєю участю була проведена групова студентська робота практичного спрямування з метою перевірки фактів у сфері дотримання свободи преси (додаток Д).

Перебуваючи в Університеті прикладних наук Джейд, що в Німеччині, командою було обрано на розгляд твердження, опубліковане у статті організації Reporters Without Borders (RSF), присвяченої результатам Всесвітнього Індексу свободи преси 2026 року. Конкретизуючи, темою для фактчекінгу стала цитата про регулярне застосування Росією і Білоруссю анти-терористичних та анти-екстремістських законів для криміналізації роботи

журналістів, в тому числі українських, що потрапили до в'язниць цих країн. Тема свободи преси була спільною для всіх команд-учасниць, а розгляд контексту українських та місцевих журналістів, що страждають від утисків у сусідніх недемократичних країнах є дуже актуальним і потребує висвітлення.

Для реалізації діяльності було запропоновано ознайомитися з методологією перевірки фактів, яку розробили у 2019 році викладачі журналістики Антверпенського університету Вутер Фратер і Фредерік Марен. Ця багаторівнева блок-схема, що також входить у модуль навчальних матеріалів *Covering Cohesion Policy in Europe*, становить практичний інструмент для студентів та викладачів журналістики і дає розуміння того, якими етапами перевірки варто послуговуватися при аналізі заяв у медіа.

Таблиця розподілена на три частини: аналіз заяви, експертиза автора чи джерела, перевірка фактів. Розглянемо детальніше її першу складову, яка допомагає визначити наскільки реально перевірити твердження або іншу обрану інформацію. Для цього варто чітко визначити, чим є обране твердження: фактом, думкою або передбаченням. Останні два не підлягають перевірці, тому що є оціночними судженнями чи ще не відбулися, а отже не мають доказової бази. Далі необхідно визначити предмет того, що заявляється. Перевірку зазнають саме фактичні, кількісні твердження – відсоткові абсолютні значення, періодика, географія – засновані на опитуваннях, дослідженнях, офіційній статистиці тощо (додаток Е).

Потім проводиться аналіз автора чи джерела обраної заяви, дослідження його надійності, встановлення приналежності до певної групи (експерт, лобі, НУО, третій сектор, уряд, опозиція, державна служба, аналітичний центр, компанія, громадянин). Далі звертається увагу на те медіа, де заява була опублікована, відбувається ознайомлення з оригінальним контекстом статті та порівнюється з контекстом твердження. У випадку, якщо на ресурсі, де була розміщена заява, інформації недостатньо або вона не співпадає з авторським викладом, то з'являється потреба ідентифікації першоджерела.

Ідентифікується вона за тим же принципом, що й авторська приналежність до групи. Якщо першоджерело не знайдене, автору заяви відправляється запит на надання такої інформації (додаток Е).

Третя блок-схема пов'язана з безпосередньою перевіркою фактів. На цьому етапі автор і ресурс, де було опубліковане твердження, вже мають бути верифікованими. Контекст поглиблюється: визначається вихідний матеріал першоджерела, аналогічно перевіряється на відповідність до предмету заяви, за потреби встановлюється додатковий контакт. На основі отриманих результатів надається попередня оцінка – «правда», «переважно правда», «переважно неправда», «неправда» або «неможливо визначити». Після чого відбувається експертна консультація, яка дозволяє визначити фінальне маркування заяви, обраної для аналізу (додаток Е).

З опису і візуальної складової простежується, що на деякі з питань, які виникатимуть під час проведення фактчекінгу, може бути недостатньо інформації або відповідь буде «ні». Автори методології називають це попереджувальними сигналами, що вказують на хиткість обраного твердження. Усього їх може бути 11 – невизначений предмет, якісне твердження, розпливчасте кількісне твердження, не чітко визначені відсоткові значення, нерелевантна географія, незрозумілий період, нечітка якісна оцінка, невизначене першоджерело, необ'єктивна методологія, вихідний матеріал першоджерела має інший контекст чи не підтверджує заяву. [45, с. 319] Кількість та специфіка сигналів мають прямий вплив на підрахунок оцінки достовірності заяви.

Отже, разом зі мною члени групи збирали дані за обраними підтемами статті RSF, формували список експертів для консультацій, створювали перелік дотичних запитань. Питання стосувалися тільки тих якісних аспектів, які використовувалися в матеріалі, що ми досліджували: частота використання законів і в чому вона вимірюється, конкретні назви, кількість жертв серед журналістів і т.д. Наступним кроком проводили інтерв'ю в різних форматах –

телефонні дзвінки, звернення за електронною поштою, повідомлення у соціальних мережах. Використовуючи експертні відповіді як базис, створювався спільний документ, де ця інформація була додана до опису кожної підтеми.

Моя особиста роль в проєкті характеризується дослідженням підтеми використання законодавства про екстремізм у Білорусі як інструменту для репресій журналістів. Окрім написання власного розділу, була проведена остаточна перевірка зібраної іншими учасниками інформації на дотримання логіки й лаконічності побудови, наявності першоджерел для використаних тверджень, простежено виконання кожного пункту блок-схеми. Разом із главою команди, фінською журналісткою Каті Келолою, мною було проведене глобальне редагування тексту, його скорочення до тисячі слів.

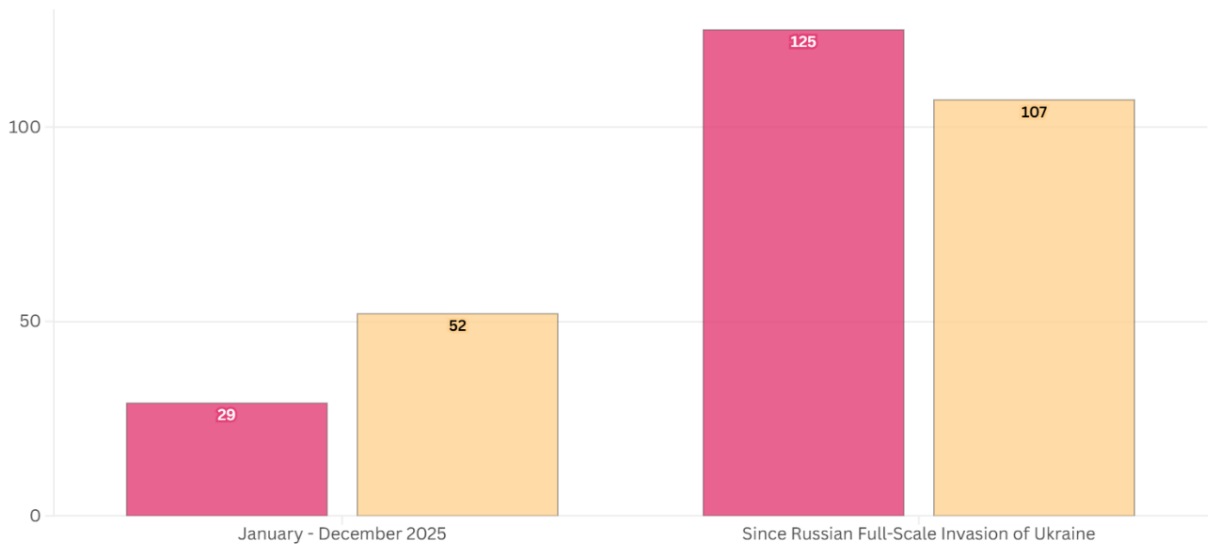
Паралельно відбулося групове винесення остаточної оцінки заяви. Проаналізовані джерела, серед яких європейські та локальні білоруські й російські медіа, експерти з міжнародних відносин, євразійських студій, лідери думок, підтвердили правдивість обраної заяви, її було класифіковано як «правда». Іншими словами, шляхом проведеної перевірки фактів було доведено, що обрана цитата Reporters Without Borders відображає дійсність.

Результатом застосування такої методики фактчекінгу стала публікація 8 червня 2026 року оцінки та аналізу перевіреного твердження на дотичному до програми EUFactcheck Press Freedom Lab сайті [eufactcheck.eu](https://eufactcheck.eu) (додаток Ж). [49] Окрім цього, матеріал мав відповідати й іншим окресленим вимогам: наявності посту для соціальних мереж проєкту з коротким описом, застосуванням єдиного корпоративного стилю та стислим викладом теми, створенням інфографіки, онлайн-презентацією готового дослідження для інших студентських груп та викладачів.

## Journalists as victims of abuse: Belarus vs Russia

■ Belarus ■ Russia

Amount of people



Source: [Reporters Without Borders \(RSF\) Barometer](#)

Рис. 3.1. Приклад створеної інфографіки для покращення візуального сприйняття втіленого фактчекінгу. Адаптовано з [49]

По завершенню завдання з перевірки фактів, колеги по команді надали персональні відгуки стосовно авторського вкладу у групову роботу.

Олівія Пагірите, студентка Університету прикладних наук Томаса Мора, Бельгія: «Було приємно працювати з Ілоною в EUFactcheck Press Freedom Lab, де вона продемонструвала відмінні журналістські дослідницькі навички та критичне мислення. Мене особливо вразила її пристрасть до теми нашої групи та її ініціативність у взаємодії в соціальних мережах, де вона ділилася тим, що відбувалося «за лаштунками» нашої роботи. Її увага до деталей та сильна трудова етика були вирішальними для успіху нашої роботи».

Саломе Турманідзе, студентка, Університет Грузії, Школа соціальних наук, Грузія: «Ретельні дослідницькі та редагувальні навички Ілони були вирішальними для успіху нашої підсумкової статті, особливо її чудова робота над білоруським розділом та орієнтування у складних російських джерелах. Я дуже вдячна за нашу співпрацю, оскільки її ретельна підготовка даних RSF зробила створення нашої візуальної інфографіки безперебійним процесом.

Вона була фантастичною, відданою колегою, яка не лише забезпечила високу точність нашого остаточного тексту, але й блискуче керувала нашою присутністю в соціальних мережах, щоб продемонструвати нашу наполегливу працю».

Естель Колетас, студентка Автономного університету Барселони, Іспанія: «Було приємно працювати з Ілоною під час EUFactcheck Lab 2026, де вона очолювала білоруський розділ нашої перевірки фактів. Вона продемонструвала сильні аналітичні здібності та чітке розуміння політичного та правового контексту, особливо під час роботи зі складним матеріалом про репресії та свободу ЗМІ. Я особливо оцінила її здатність синтезувати інформацію з різних джерел та перетворювати її на цілісний та добре структурований розділ. Її робота значно зміцнила білоруську частину нашої статті, зробивши її одним із найґрунтовніших та добре підкріплених розділів підсумкової роботи».

Каті Келола, журналістка, колумністка Yle News, голова команди, Фінляндія: «Я була дуже рада помітити, як ретельно ти перевірила інструкції – все було зроблено як слід! Хороша робота! ... Текст тепер добре злагоджений. Я також дуже ціную твій конструктивний та співпрацюючий підхід до процесу редагування».

З огляду на підсумки власної практичної роботи, системне застосування фактчекінгу є фундаментальним інструментом для здобуття довіри аудиторії, особливо в умовах війни. Особистий досвід застосування багаторівневих алгоритмів перевірки демонструє, що замість хаотичної перевірки, набагато якісніше та продуктивніше з точки зору проведення командної журналістської роботи, є використання певної методологічної бази, як-от розробленої журналістами Антверпенського університету блок-схеми.

### **Висновки до розділу 3**

Фіналізуючи результати, отримані в процесі виконання третього розділу, можна виділити, що під час повномасштабного вторгнення, довіра аудиторії постає найважливішою цінністю.

На підставі здійсненого аналізу та власної практичної діяльності, сформульовано, що одним з найдієвіших інструментів утримання довіри є практики пояснювальної журналістики та журналістики рішень. Ці формати пропонують глибоке розуміння подій та надають конкретні механізми розв'язання проблем. Разом з ними, важливим є дотримання етичності в антикризових комунікаціях, неприпустимість замовчування помилок і невчасного контакту з жертвами редакційних помилок.

Особливу роль у дослідженні відіграє авторський практичний досвід, здобутий під час роботи у міжнародному проєкті EUFactcheck Press Freedom Lab 2026. Практична реалізація розслідування з перевірки фактів та його майбутня публікація засвідчує, що оціночне судження стосовно експертизи будь-якої заяви має підкріплюватися відкритою демонстрацією всього шляху перевірки.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі бакалаврського рівня здійснено комплексне теоретико-практичне дослідження механізмів формування, утримання та відновлення довіри до медіа в умовах гібридної когнітивної війни в Україні протягом 2022-2026 років. На основі аналізу наукової літератури, соціологічних даних та практичного журналістського досвіду було вирішено поставлені завдання та сформульовано такі узагальнюючі висновки.

Доведено, що довіра до медіа в сучасній комунікативістиці поєднує інституційну, інформаційну, міжособистісну. Також встановлено, що головною перевагою професійних медіа виступає дотримання високих журналістських стандартів, перевірка достовірності джерел та глибока аналітика. Водночас важливим зустрічним фактором формування довіри є рівень медіаграмотності самої аудиторії – здатності критично мислити, ідентифікувати маніпуляції, дезінформацію чи фреймінг.

Дослідження динаміки медіаспоживання виявило масштабне явище розсіювання довіри на різні джерела. Так, якщо на початку повномасштабного вторгнення у 2022 році спостерігалася висока консолідація населення навколо національного телемарафону «Єдині новини» як ключового верифікованого джерела, то станом на 2025 рік результати опитувань засвідчили поступове зниження довіри до цього формату.

Наслідком стало фіксування масового переходу аудиторії до соціальних мереж та месенджерів, зокрема Telegram, що стали основними платформами споживання новин завдяки оперативності, інтерактивності й адаптованості до відкритих дискусій.

Разом з тим, рівень довіри як інституції поступається довірі до близького кола спілкування споживачів та офіційних зведень Генерального штабу Збройних сил України.

Аналізуючи причини зниження довіри, було виявлено низку характерних помилок в ресурсах українських медіа. Перш за все, використання непідтвердженої інформації, посилання на анонімні джерела, ретрансляція неперевіреного користувацького контенту – фактори, що сприяють поширенню ворожих інформаційно-психологічних операцій та панічних настроїв. Крім того, застосування клікбейту, шокуючих заголовків та гіперболізації трагедій заради охоплень, є неетичною експлуатацією вразливого емоційного стану аудиторії, здатною в довгостроковій перспективі знищити прихильність до медіаінституцій загалом.

Найруйнівнішим порушенням етичних норм залишається публікація матеріалів з ознаками замовного виготовлення, так званої «джинси», та відсутність належного рекламного маркування, що прямо вказує на комерційну чи політичну залежність редакції. Також доведено, що ігнорування стандартів конфіденційності під час висвітлення травматичних подій війни є абсолютно неприйнятним, як-от показ облич загиблих без згоди їхніх родичів або розкриття персональних даних жертв.

Окремо обґрунтовано нагальну необхідність запровадження чітких алгоритмів етичного кризового реагування на фактичні помилки в медіа. Процес виправлення опублікованих матеріалів має супроводжуватися відповідним маркуванням, оперативним публічним визнанням помилки та, за необхідності, особистим спілкуванням із постраждалими героями публікацій, що на практиці демонструє повагу та прозорість редакційної політики.

Для ефективного подолання кризових явищ та відновлення легітимності українські медіа повинні активно впроваджувати формати пояснювальної журналістики, журналістики рішень та фактчекінгу.

У межах цієї кваліфікаційної роботи міжнародна багаторівнева методологія перевірки фактів, авторами якої є В. Фратер та Ф. Марен, була успішно апробована під час участі в програмі EUFactcheck Press Freedom Lab

2026. Цей особистий практичний досвід підтвердив, що використання структурованих блок-схем для поглибленого аналізу тверджень, оцінки джерел та самих фактів, значно підвищує якість журналістських розслідувань, забезпечуючи необхідну прозорість для кінцевого споживача.

Зрештою, під час війни довіра до медіа перетворюється на важіль суспільно-політичного впливу, здатного як консолідувати людей на тлі спільних викликів, так і роз'єднати їх. Саме тому необхідно ретельно та відповідально підходити до питання дотримання журналістських стандартів, етичних принципів і безпекових вимог, що комплексно вибудовують довіру до медіа як демократичного інституту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Naffi N. Deepfakes and the crisis of knowing [Електронний ресурс] / N. Naffi // UNESCO. – 2025. – Режим доступу: <https://www.unesco.org/en/articles/deepfakes-and-crisis-knowing>
2. Сташук І. Формування довіри до медіа під час війни [Електронний ресурс] / І. Сташук // Декада студентської науки ФФМК. – Київ : МДУ, 2026. – С. 125-128. – Режим доступу: <https://mu.edu.ua/rada-molodih-ychenih-mdu>
3. [КОМУНІКАТИВІСТИКА]. Словник української мови у 20 томах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sum20ua.com/?wordid=218133&page=1370>
4. Колодійчук В. Trust in Media in Ukraine: Factors and Trends [Електронний ресурс] / В. Колодійчук // Наукові записки Інституту журналістики. – 2025. – Т. 86. – № 1. – С. 191. – Режим доступу: <https://nz.knu.ua/uk/article/view/3815>
5. Симисенко І. В. Інституційна довіра як чинник впливу на трансформацію політичної участі в сучасній Україні [Електронний ресурс] / І. В. Симисенко // Політик. – 2025. – Вип. 2. – С. 132-134. – Режим доступу: [https://politicus.od.ua/2\\_2025/22.pdf](https://politicus.od.ua/2_2025/22.pdf)
6. Князева О. Інституційна довіра у сучасному українському соціумі: загальні тенденції та методологічні аспекти [Електронний ресурс] / О. Князева // Теоретичні та прикладні питання державотворення. – 2019. – Вип. 25. – С. 14. – Режим доступу: <https://www.academia.edu/128411125>
7. Вірна Ж. Інформаційна довіра до влади як виховна проекція в умовах війни / Ж. Вірна // Міжнародний науковий журнал освіти та лінгвістики. – 2023. – Т. 2, № 3. – С. 16. – DOI: 10.46299/j.isjel.20230203.03
8. Демків О. Теоретичне моделювання модальностей (не)довіри до медіа в умовах війни / О. Демків // Вісник Львівського університету. Серія

- соціологічна. – 2024. – Вип. 18. – С. 125–141. – DOI: 10.30970/VSO.2024.18.07
9. Nielsen R. K. Public perspectives on trust in news [Електронний ресурс] / R. K. Nielsen, R. Fletcher // Reuters Institute for the Study of Journalism. – 2024. – Режим доступу: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/public-perspectives-trust-news>
  10. Губа Н. Міжособистісна довіра: сутність, види та функції / Н. Губа // Слобожанський науковий вісник. Серія Психологія. – 2024. – Вип. 1. – С. 34. – DOI: <https://doi.org/10.32782/psyspu/2024.1.6>
  11. Споживання новин та довіра до українських медіа у 2025 році [Електронний ресурс] // Internews. – 2025. – Режим доступу: <https://internews.ua/media-research/ukrainian-media-news-consumption-and-trust-in-2025>
  12. 22% опитаних користувачів новинних сайтів готові платити за доступ до медіа: дослідження «Інтерньюз-Україна» [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 2025. – 23 вер. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/244353/2025-09-23-22-opytanykh-korystuvachiv-novynnykh-saytiv-gotovi-platyty-za-dostup-do-media-doslidzhennya-internyuz-ukraina/>
  13. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот / Д. Кулеба. – Київ: #книголав, 2019. – С. 105.
  14. 2025 Reuters Institute Digital News Report [Електронний ресурс] // Global Investigative Journalism Network (GIJN). – 2025. – Режим доступу: <https://gijn.org/stories/2025-reuters-institute-digital-news-report/>
  15. Community [Електронний ресурс] // Journalism Trust Initiative. – Режим доступу: <https://journalismtrustinitiative.org/community/>
  16. Індекс медіаграмотності українців 2025: коротка презентація [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 2026. – 15 берез. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/248338/2026-03-15-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-2025-kortka-prezentatsiya/>

- 17.Войтович Н. Медіаграмотність, технології та практика : посібник [Електронний ресурс] / Н. Войтович, Л. Імбіровська-Сиваківська. – Київ: Академія української преси, 2024. – С. 5. – Режим доступу: [https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2024/05/Mediagramotnist\\_tehnologii\\_i\\_practika\\_posybnic\\_2024.pdf](https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2024/05/Mediagramotnist_tehnologii_i_practika_posybnic_2024.pdf)
- 18.Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності / П. Померанцев. – Київ : Yakaboo Publishing, 2020. – С. 246.
- 19.Індекс медіаграмотності українців: 2020–2022 [Електронний ресурс] / ГО «Детектор медіа». – Київ, 2023. – Режим доступу: [https://detector.media/doc/images/news/58855/ua\\_report\\_medialiterasy\\_index-dm\\_20-21-22\\_final.pdf](https://detector.media/doc/images/news/58855/ua_report_medialiterasy_index-dm_20-21-22_final.pdf)
- 20.УІМК представляє аналітичну записку з оглядом медіапроектів, спрямованих на протидію російської дезінформації [Електронний ресурс] // ЖТА. – 2024. – 31 лип. – Режим доступу: <https://www.jta.com.ua/news-and-reports/uimk-prezentuie-analitychnu-zapysku-z-ohliadom-mediaproiektiv-spriamovanykh-na-protydiuu-rosiyskiy-dezinformatsii/>
- 21.Бурдіна Е. О. Інфотейнмент шоуізація: порівняння функцій, ознак і прийомів [Електронний ресурс] / Е. О. Бурдіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». – 2019. – Вип. 15. – С. 5. – Режим доступу: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15101/21149>
- 22.Blatny J. M. Cognitive Warfare [Електронний ресурс] / J. M. Blatny, S. Søndergaard // NATO Science and Technology Organization (STO). – 2025. – Режим доступу: <https://www.sto.nato.int/document/cognitive-warfare/>
- 23.Довіра до телемарафону в Україні знову знизилася – КМІС [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. – 2024. – 19 лют. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-opytuvannya-telemarafon-yedyni-novyny/32826019.html>

- 24.Довіра до телемарафону “Єдині новини” зменшується – дослідження [Електронний ресурс] // ІМІ. – 2023. – 31 жовт. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/news/dovira-do-telemarafonu-yedyni-novyny-zmenshuyetsya-doslidzhennya-i56521>
- 25.Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками медіа на час дії правового режиму воєнного стану : Наказ Головнокомандувача ЗСУ від 03.03.2022 № 73 (зі змінами) [Електронний ресурс] // Міністерство оборони України. – Режим доступу: <https://mod.gov.ua/diyalnist/normativno-pravova-baza/nakaz-golovnokomanduvacha-zsu-vid-03-03-2022-roku-73-zi-zminami>
- 26.Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо висвітлення подій, пов’язаних з воєнними діями ЗСУ на території Російської Федерації [Електронний ресурс] // Комісія з журналістської етики. – 2024. – 19 серп. – Режим доступу: <https://cje.org.ua/statements/recommendations-cje/>
- 27.Syrotiuk O. Three years of war: the reality for Ukrainian media [Електронний ресурс] / O. Syrotiuk, E. Bavčić // ECPMF. – 2025. – 24 лют. – Режим доступу: <https://www.ecpmf.eu/three-years-of-war-the-reality-for-ukrainian-media/>
- 28.Стрес, гроші й кадри: головні виклики для медіа у 2025 році – річне опитування ІМІ [Електронний ресурс] // ІМІ. – 2026. – 12 січ. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/stres-groshi-j-kadry-golovni-vyklyky-dlya-media-u-2025-rotsi-opytuvannya-imi>
- 29.Коген Є. Дональд Трамп та «новинні пустелі» в Україні [Електронний ресурс] / Є. Коген // Українська правда. – 2025. – 30 січ. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2025/01/30/7496018/>
- 30.USAID-Internews: Media Consumption Survey 2022 [Електронний ресурс] // Internews. – 2022. – лист. – Режим доступу: [https://internews.org/wp-content/uploads/2022/12/USAID-Internews\\_Media-Consumption-Survey\\_2022\\_eng.pdf](https://internews.org/wp-content/uploads/2022/12/USAID-Internews_Media-Consumption-Survey_2022_eng.pdf)

31. Українці довіряють телеграму і ютубу більше, ніж традиційним медіа [Електронний ресурс] // Соціологічна група «Рейтинг», Львівський медіафорум, International Media Support. – 2025. – серп. – Режим доступу: [https://cdn.prod.website-files.com/685c279caf66f4023ad2cab4/68b5542573e2e714d15001d9\\_RG%20LMF%20IMS%20mediares%20aug%202025.pdf](https://cdn.prod.website-files.com/685c279caf66f4023ad2cab4/68b5542573e2e714d15001d9_RG%20LMF%20IMS%20mediares%20aug%202025.pdf)
32. Українські медіа: ставлення та довіра у 2023 році [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 2023. – 1 лист. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/218819/2023-11-01-ukrainski-media-stavlennya-ta-dovira-u-2023-rotsi/>
33. Презентація дослідження інформаційних потреб мешканців деокупованих та прифронтових територій [Електронний ресурс] // Національна спілка журналістів України. – Київ, 2024. – 26 черв. – Режим доступу: [https://nsju.org/wp-content/uploads/2024/06/prezentacziya\\_finversiya-2\\_compressed.pdf](https://nsju.org/wp-content/uploads/2024/06/prezentacziya_finversiya-2_compressed.pdf)
34. Василюк О. Небезпечний телеграм: чому українські регіональні медіа (не) йдуть з російської мережі [Електронний ресурс] / О. Василюк // ІМІ. – 2024. – 26 черв. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/blogs/nebezpechnyj-telegram-chomu-ukrayinski-regionalni-media-ne-jdut-z-rosijskoyi-merezhi-i62189>
35. Newman N. Overview and key findings of the 2024 Digital News Report [Електронний ресурс] / N. Newman // Reuters Institute for the Study of Journalism. – 2024. – 17 черв. – Режим доступу: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary>
36. Українці зберігають високий рівень медіаграмотності — результати дослідження, проведеного за підтримки ПРООН та уряду Японії [Електронний ресурс] // UNDP Ukraine. – 2026. – 17 берез. – Режим доступу: <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/ukrayintsi->

- [zberihayut-vysokyy-riven-mediahramotnosti-rezultaty-doslidzhennya-provedenoho-za-pidtrymky-proon-ta-uryadu-yaponiyi](#)
37. Баркар Д. Джинса в онлайн-медіа: моніторинговий звіт за третій квартал 2025 року [Електронний ресурс] / Д. Баркар // ІМІ. – 2025. – 13 лист. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/dzhynsa-v-onlajn-media-monitoryngovyj-zvit-za-tretij-kvartal-2025-roku>
38. Мова ворожнечі: як медіа не стати ретранслятором [Електронний ресурс] // Національна спілка журналістів України. – 2025. – 10 лист. – Режим доступу: <https://nsju.org/novini/mova-vorozhnechi-yak-media-ne-staty-retranslyatorom/>
39. Wilson R. Russia, Weaponized Social Media and Cyber Warfare: Ethical and Anticipated Ethical Issues / R. Wilson, N. Donnelly // ResearchGate. – 2026. – 17 лют. – DOI: 10.34190/iccws.21.1.4502
40. Ейсмунт В. Ю. Пояснювальна журналістика на прикладі інфраструктурної тематики : магістерська робота [Електронний ресурс] / В. Ю. Ейсмунт // Український католицький університет. – Львів, 2019. – Режим доступу: <https://er.ucu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f46abfdd-56fc-48ec-b2b9-c39bcfaf94f2/content>
41. Бистрова В. Зосереджуватися на ефективності: чотири критерії журналістики рішень [Електронний ресурс] / В. Бистрова // Національна спілка журналістів України. – 2025. – 19 лист. – Режим доступу: <https://nsju.org/novini/zoseredzhuvatysya-na-efektyvnosti-chotyry-kryteriyi-zhurnalistyky-rishen/>
42. Що таке журналістика рішень? [Електронний ресурс] // Львівський медіафорум. – Режим доступу: [https://solutionjournalism.lvivmediaforum.com/#section\\_journalism](https://solutionjournalism.lvivmediaforum.com/#section_journalism)
43. Перевірка [Електронний ресурс] // Gwara Media. – Режим доступу: <https://perevirka.gwaramedia.com/>
44. Іванова Т. В. Медіаграмотність та безпека в цифровому просторі [Електронний ресурс] / Т. В. Іванова, Ю. Суркова, А. Юричко. – Київ:

- Академія української преси, 2025. – Режим доступу: <http://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10609>
45. Fengler S. Cross-border journalism : E-Handbook [Електронний ресурс] / S. Fengler, I. Kurkowski, R. Brandt та ін. // TU Dortmund University. – Dortmund, 2024. – DOI: 10.17877/DE290R-24166. – Режим доступу: [https://cope.csd.auth.gr/wp-content/uploads/2024/04/100424\\_E-Handbook.pdf](https://cope.csd.auth.gr/wp-content/uploads/2024/04/100424_E-Handbook.pdf)
46. Голуб О. Робота з джерелами й виправлення помилок: рекомендації ІМІ [Електронний ресурс] / О. Голуб, О. Романюк // ІМІ. – 2024. – 4 квіт. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/robota-z-dzherelamy-i-vypravlennya-pomylok-rekomendatsiyi-imi-i60427>
47. Буняк В. Редакція Нromadske перепросила за помилкове фото загиблого захисника [Електронний ресурс] / В. Буняк // Детектор медіа. – 2023. – 19 лют. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/208150/2023-02-19-redaktsiya-hromadske-pereprosyla-za-pomylkove-foto-zagyblogo-zakhysnyka/>
48. Graves L. Fact-Checking as Idea and Practice in Journalism / L. Graves, M. A. Amazeen // Oxford Research Encyclopedia of Communication. – 2019. – 25 лют. – DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.808
49. Coletas E. True: In Belarus and Russia, anti-terrorism and anti-extremism laws are regularly used to criminalize reporters' work [Електронний ресурс] / E. Coletas, I. Stashuk, O. PagirYTE та ін. // Eufactcheck. – 2026. – 8 черв. – Режим доступу: <https://eufactcheck.eu/factcheck/true-in-belarus-and-russia-anti-terrorism-and-anti-extremism-laws-are-regularly-used-to-criminalize-reporters-work/>
50. Нова хвиля російських дипфейків для дискредитації ЗСУ [Електронний ресурс] // Центр протидії дезінформації. – 2026. – 1 черв. – Режим доступу: <https://cpd.gov.ua/international-direction/ssha/nova-hvylya-rosijskyh-dypfejktiv-dlya-dyskredytacziyi-zsu/>

- 51.Хід війни: тег видання [Електронний ресурс] // TEXTY.org.ua. – Режим доступу: <https://texty.org.ua/tag/khid-vijny/>
- 52.Бізнес: розділ видання [Електронний ресурс] // Рубрика. – Режим доступу: <https://rubryka.com/category/business/>
- 53.Eufactcheck flowchart [Електронний ресурс] // Eufactcheck. – Режим доступу: <https://eufactcheck.eu/about-us/eufactcheck-flowchart/>

## ДОДАТКИ

### Додаток А

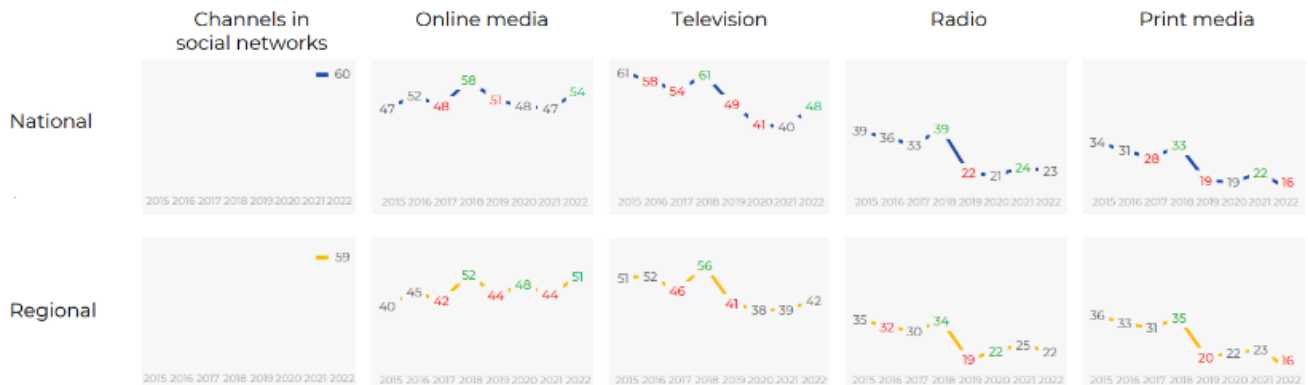


#### Dynamics of the trust in news in the media. 2015-2022



The most trusted news sources are the most popular ones – about 60% of respondents trust news on social networks, almost half trust news online and national television news.

In 2022, the level of trust in internet sites – both national and regional, as well as in national TV has increased, whereas all types of the press have been losing ground.



#### Question:

To what extent do you trust the news in...? % of those who trust completely or in part  
\*Media are ranked by rating - from the media with the highest level of trust to the media with the lowest level of trust

#### Base:

Total sample, 2015-2021, N=1,600/wave  
2022 N=1,450

x / x - significantly more / less at 95% compared to the previous wave

33

Рис. А.1. Динаміка довіри до новин в різних типах медіа. Відтворено з [30, с.33]

## Додаток Б

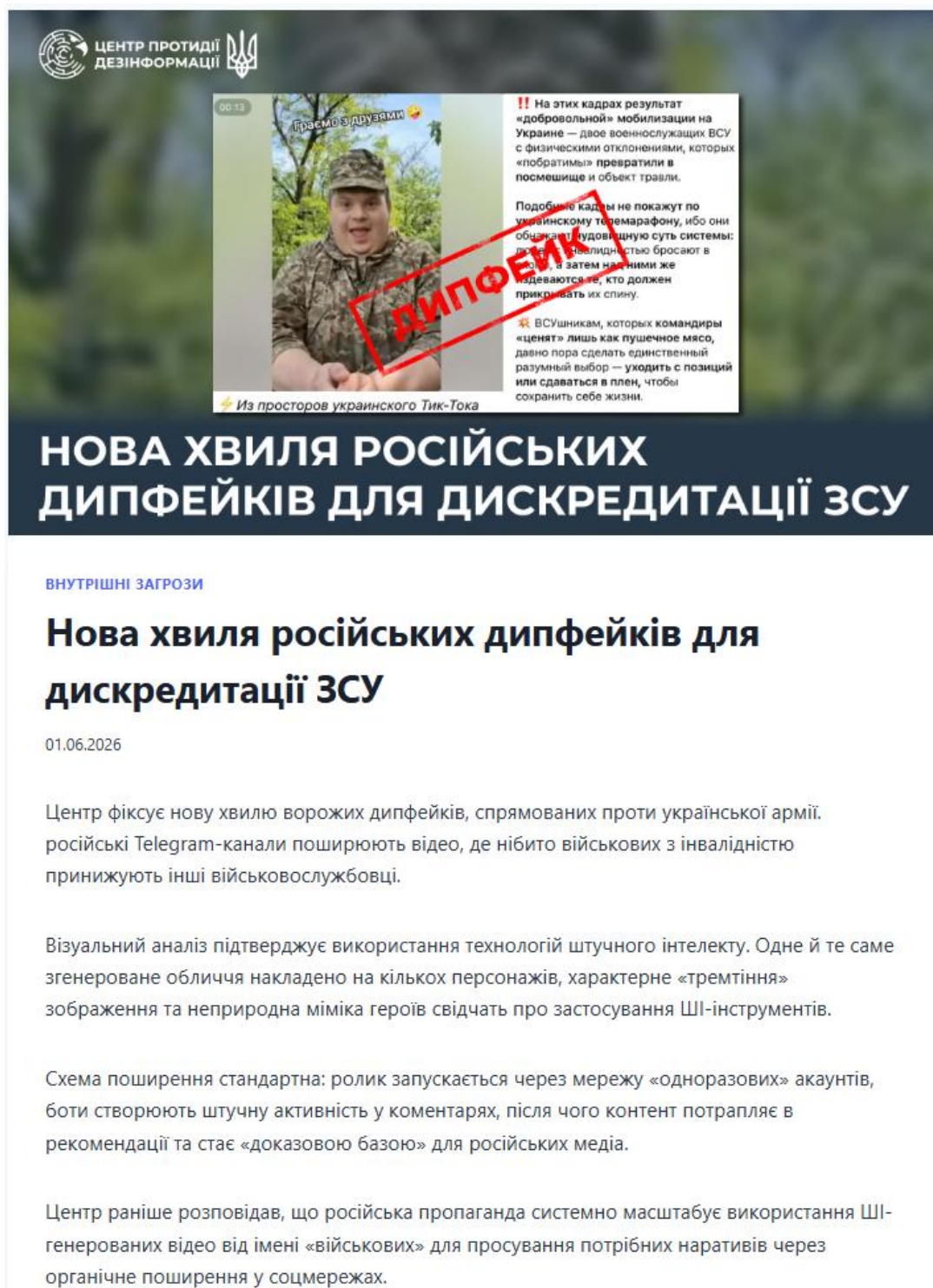


Рис. Б.1. Викриття Центром протидії дезінформації дипфейків РФ, створених для дискредитації Збройних сил України. Відтворено з [50]

## Додаток В

СТАТТІ

АРМІЯ  
ВІЙНА  
МЕДИЦИНА ЗСУ  
НЕЗРОБЛЕНЕ  
ХІД ВІЙНИ

### Не лише поранення. Як війна руйнує здоров'я військових і чому необхідна профілактична медицина



«Я щодня заповнював півтора десятка журналів про здоров'я і "санітарне благополуччя", — розповідає Максим Безрукий, колишній військовий лікар, експерт Правозахисного центру «Принцип».

2026-05-26 12:19 | 

СТАТТІ

ППО  
ДРОНИ  
ХІД ВІЙНИ  
ШАХЕДИ  
ІННОВАЦІЇ

### Пілот зенітного дрона. Як із відстані 500 кілометрів збивають російські безпілотники



Ще пів року тому Халк зізнавався, що не збив жодного дрона. Тепер він рекордсмен. 23 російських безпілотники за добу і щонайменше два на відстані пів тисячі кілометрів. Загалом 200

2026-05-19 12:06 | 

СТАТТІ

ВІЙНА  
ПЕРЕДОВА  
ПОЗИЦІЇ  
ПІХОТА  
РОТАЦІЯ  
ХІД ВІЙНИ

### Між поганим і ще гіршим. Чому бійці місяцями не виходять із позицій

«Утримував позиції 90, 200, інколи 240–280 днів», — читаємо в новинах. Нещодавно Зеленський відзначив командира, чий підрозділ провів на передку 343 дні. Чітких строків ротації немає, але зазвичай командири намагаються міняти підрозділи значно частіше — від кількох днів до одного-двох тижнів, щоб зберегти боєздатність. Тож

2026-05-01 13:54

Рис. В.1. Приклади матеріалів рубрики «Хід війни» в медіа Texty.org.ua.

Відтворено з [51]

## Додаток Г

### Інвестиційні рішення



Спецпроект

21 тра, 12:08

Як це — бути інвестиційним девелопером під час війни: інтерв'ю з CEO BGV Development Максимом Коваленком



Кейси

15 тра, 15:18

Від гончарства і вишивання до екоранчо: як ветерани повертаються до цивільного життя і знаходять себе після служби



Рішення

12 тра, 12:25

“Мені не треба шукати натхнення для роботи — у більшості випадків воно й так є”: історії людей, які монетизували свої хобі



Розбір

30 кві, 17:45

Топ сумнівних інвестицій: у що не варто вкладати гроші



Рішення

26 бер, 09:11

Трекінг витрат: що це дає і чому ви досі його уникаєте



Рішення

25 лют, 17:38

Від волонтерства до виробництва: історія соціального бренду OHRA HOME

Рис. Г.1. Приклади матеріалів «журналістики рішень» в медіа Рубрика.

Відтворено з [52]

## Додаток Д

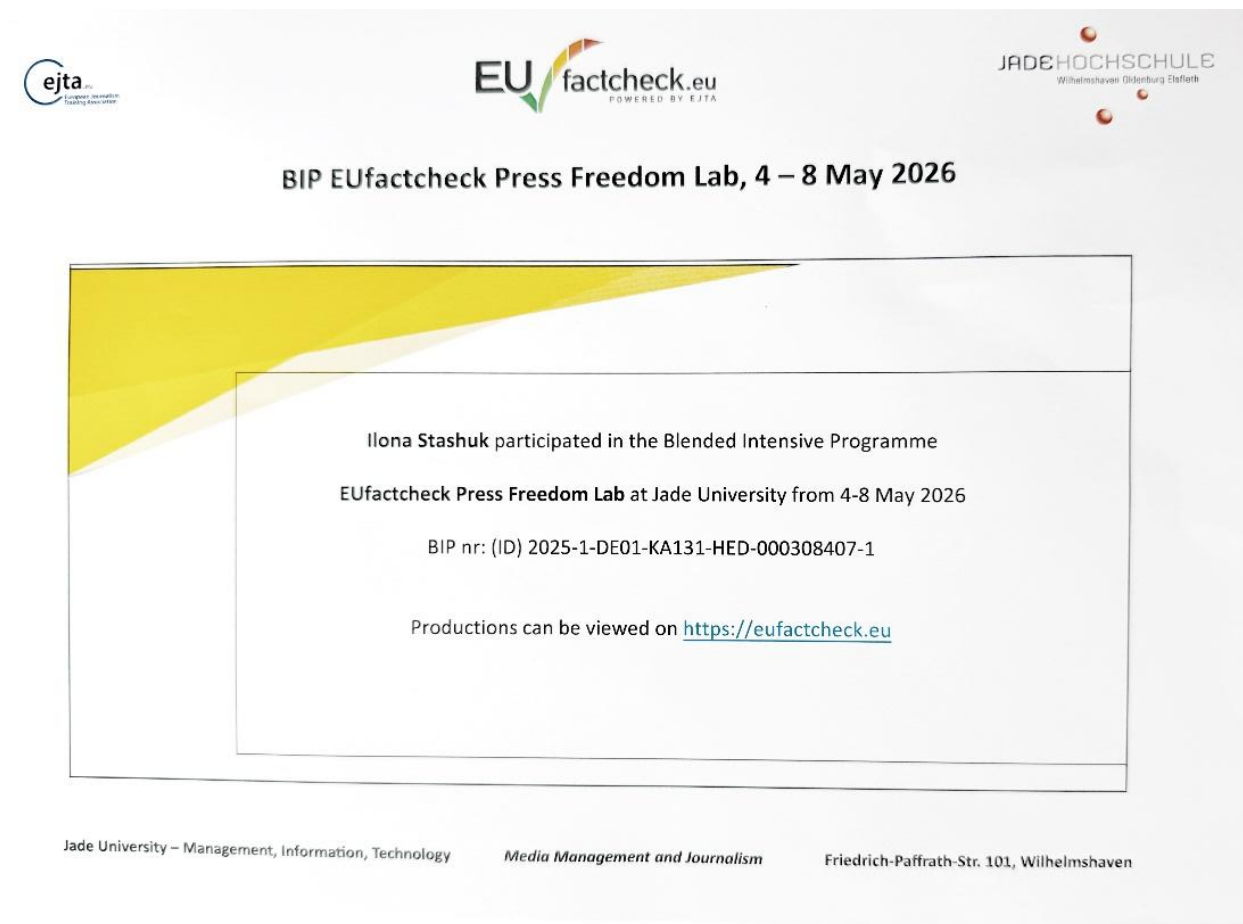


Рис. Д.1 Сертифікат з проходження змішаної інтенсивної програми  
EUFactcheck Press Freedom Lab 2026

# 1 Аналіз заяви

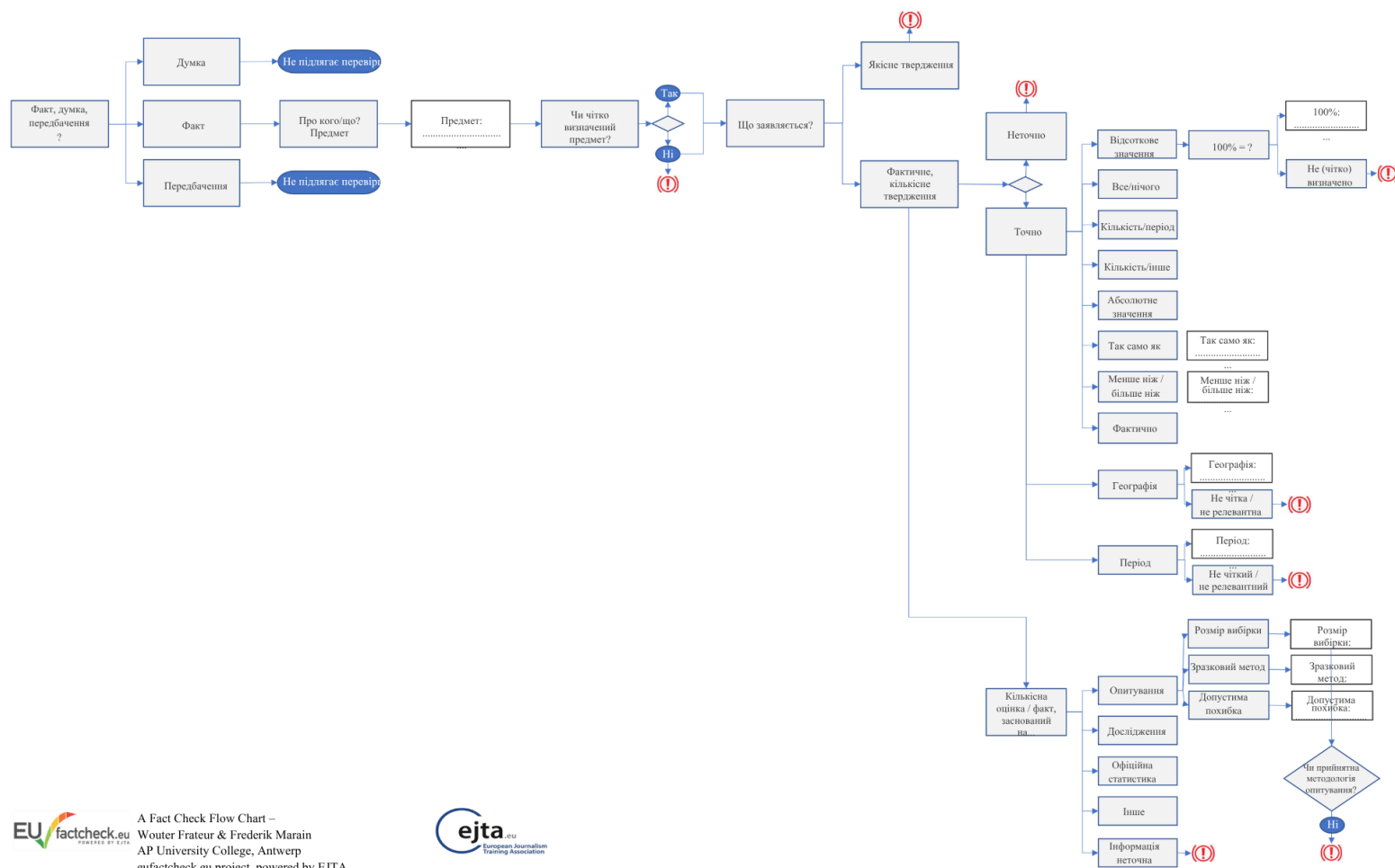


Рис. Е.1. Блок-схема аналізу обраної заяви Вутера Фратера і Фредеріка Марена. Адаптовано з [53]

## 2 Аналіз автора / джерела

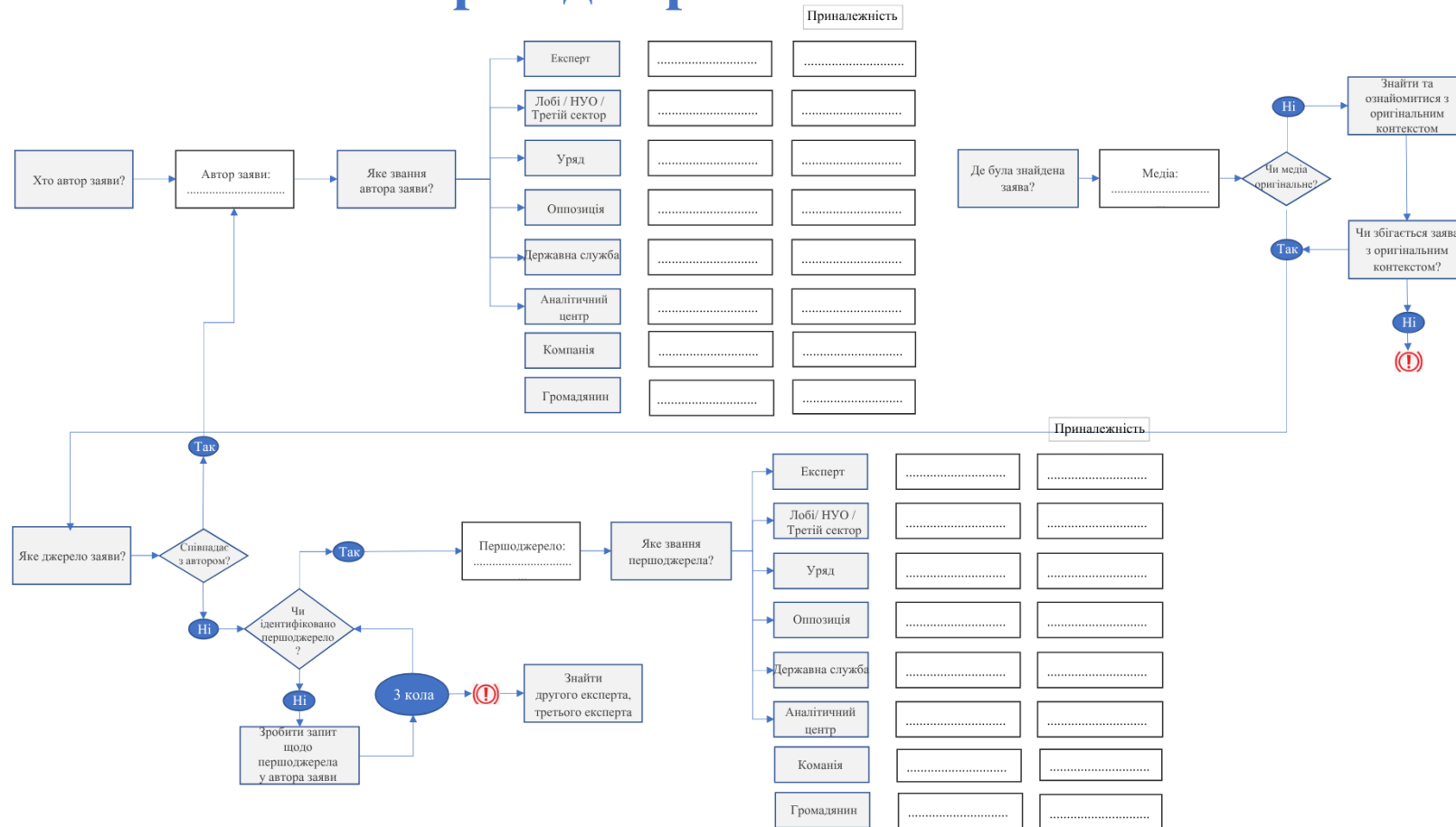


Рис. Е.2. Блок-схема аналізу автора/джерела обраної заяви Вутера Фратера і Фредеріка Марена. Адаптовано з [53]

### 3 Перевірка фактів

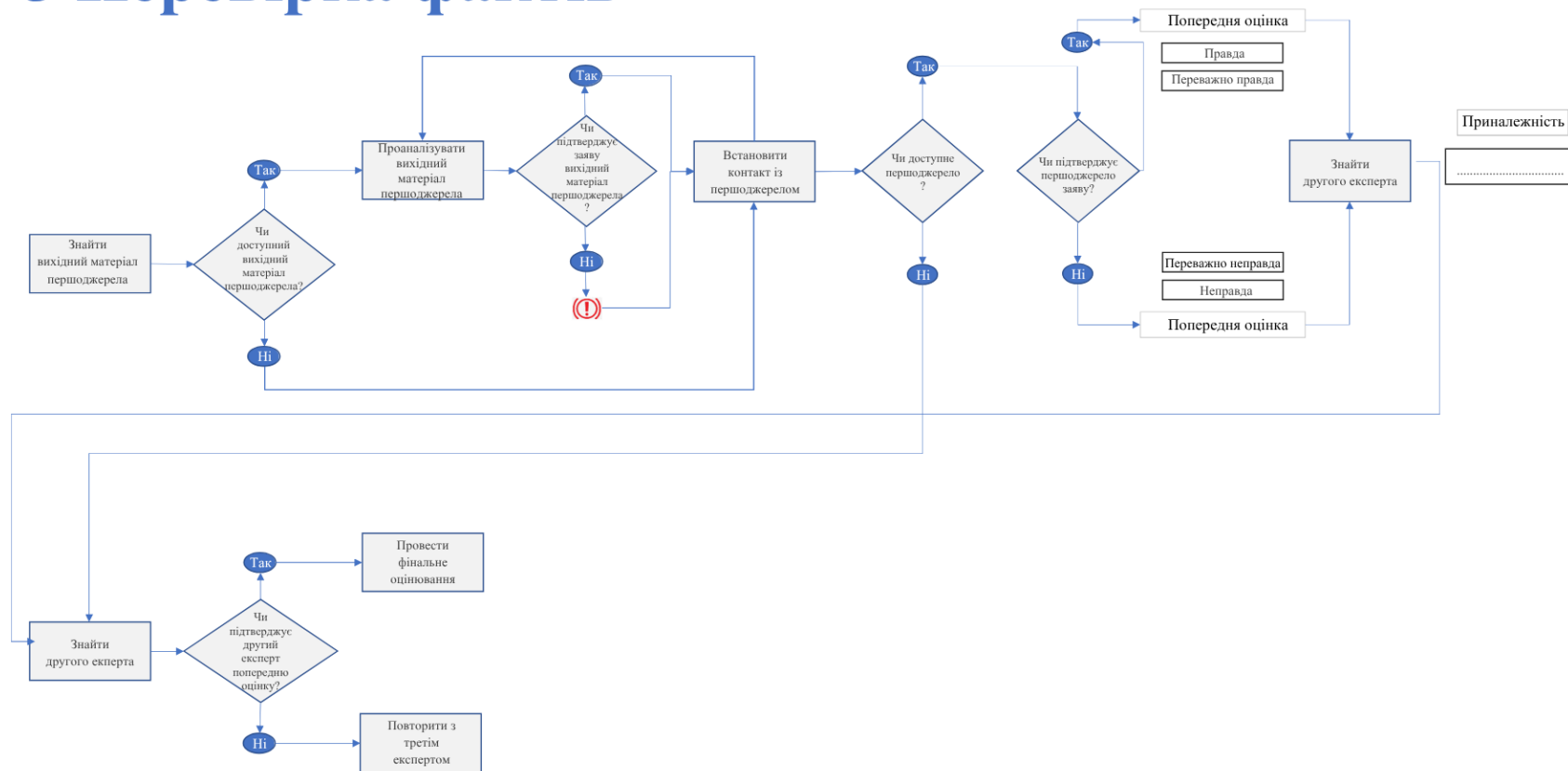


Рис. Е.3. Блок-схема перевірки фактів обраної заяви Вутера Фратера і Фредеріка Марена. Адаптовано з [53]

## TRUE: "IN BELARUS AND RUSSIA ANTI-TERRORISM AND ANTI-EXTREMISM LAWS ARE REGULARLY USED TO CRIMINALIZE REPORTERS' WORK"

Home / Fact-check / True: "In Belarus and Russia..."



JUN  
8

### Search



### Other fact checks



True: "In Belarus and Russia anti-terrorism and anti-extremism laws are regularly used to criminalize reporters' work"

June 8, 2026



Mostly false: "More journalists killed in Gaza war than in both world wars combined"

June 8, 2026



Mostly False: "85% of the crimes committed against journalists go uninvestigated and unpunished."

June 7, 2026



Mostly true: "Europe is warming twice as fast as the rest of the world"

Reporters Without Borders published the [2026 World Press Freedom Index](#), which demonstrates that while Western European countries hold high positions in press freedom, Russia and Belarus rank among the lowest globally. In its [research](#), RSF stated that in these two countries, the authorities use anti-terrorism and anti-extremism laws to prosecute both domestic and international journalists for their work. The claim turns out to be true. Russia and Belarus have legitimized the repression of journalists who publish information unfavourable to the authorities. This systemic assault brings threats to press freedom.

Рис. Ж.1 Демонстрація власного опублікованого матеріалу з перевірки фактів.

Адаптовано з [49]