

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему «ЖУРНАЛІСТИКА ДАНИХ У ПРОТИДІЇ
МАНІПУЛЯТИВНИМ НАРАТИВАМ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ
«ФЕЙСБУК »

Виконала: студентка 4 курсу, групи СН-312
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)
Федотова Єлизавета Русланівна
(прізвище та ініціали)
Керівник: к.н. соц. ком., доц.Островська Н.В.
(прізвище та ініціали)
Рецензент: к. ю.н., проф. Філей Ю.В
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2026 р.

НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Факультет соціальних наук

Кафедра журналістики

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри Григорук

«16» березня 2025 року

З А В Д А Н Н Я

на кваліфікаційну роботу бакалавра студентки групи СН-312

Федотової Єлизавети Русланівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Журналістика даних у протидії маніпулятивним наративам у соціальній мережі Фейсбук»

керівник роботи к.н. соц. ком., доц. Островська Н. В.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Національного університету «Запорізька політехніка» від «22» 04 2026 року № 167

2. Строк подання студентом роботи 01.06.2026

3. Вихідні дані для роботи: праці таких науковців, як А. Миколаєнко, Х. Янак, А. Савчука, Ф. Меєра, Дж. Грея та А. Говарда.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити):

1. Теоретико-методологічні засади дослідження журналістики даних

1.1. Журналістика даних: поняття, еволюція та інструментарій дослідження

1.2. Український досвід розвитку журналістики даних

1.3. Маніпулятивні наративи в соціальних мережах як об'єкт дослідження журналістики даних

2. Особливості створення авторського проєкту з дата-журналістики

2.1. Ідея, мета та структура вебпроєкту «Те, що в стрічці»

2.2. Збір, систематизація та аналіз даних для проєкту

2.3. Технічна реалізація та візуалізація результатів вебпроєкту «Те, що в стрічці»

5. Перелік графічного матеріалу: _____

6. Консультування розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		підпис	Дата	підпис	дата
Вступ	Островська Н. В		09.09.25		09.09.25
I	Островська Н. В		15.10.25		15.10.25
II	Островська Н. В		26.01.26		26.01.26
III	Островська Н. В		08.03.26		08.03.26
Висновки	Островська Н. В		21.04.26		21.04.26

7. Дата видачі завдання: «09 » вересня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2025	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	жовтень 2025	
3	Написання вступу	листопад 2025	
4	Написання розділу 1	грудень 2025	
5	Написання розділу 2	лютий 2026	
6	Написання розділу 3	березень 2026	
6	Написання висновків	квітень 2026	
7	Оформлення роботи	травень 2026	
8	Захист роботи	червень 2026	

Студент

(підпис)

Федотова Є. Р

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Островська Н. В.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст кваліфікаційної роботи бакалавра «Журналістика даних у протидії маніпулятивним наративам у соціальній мережі «Фейсбук» становить 54 сторінок. Для виконання дослідження опрацьовано 40 джерел.

Об'єкт дослідження – псевдоукраїнські сторінки соціальної платформи «Фейсбук».

Предмет дослідження – особливості контенту псевдоукраїнських сторінок у фейсбуці, зокрема використання ІІІ-зображень, типи публікацій та способи подачі інформації.

Метою роботи є створення дата-журналістського проєкту, спрямованого на виявлення та аналіз маніпулятивного потенціалу псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук».

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- дослідити теоретичні засади, етапи розвитку журналістики даних;
- проаналізувати досвід дата-журналістів у вивченні маніпулятивних механізмів соціальних мереж;
- дослідити функціонування псевдоукраїнських сторінок у фейсбуці та здійснити збір, систематизацію й аналіз їхнього контенту;
- розробити дата-журналістський проєкт, зокрема серію візуалізацій, спрямований на виявлення та демонстрацію маніпулятивного потенціалу псевдоукраїнських сторінок у фейсбуці.

Методологічну й теоретичну основу роботи. Теоретичним підґрунтям для вивчення журналістики даних, алгоритмічного впливу та дезінформаційних процесів у цифрових медіа стали праці таких українських учених, як А. Миколаєнко, А. Савчук та Р. Величко, Х. Янак, які досліджують розвиток журналістики даних в Україні, використання відкритих даних у журналістській практиці та трансформацію українського медіапростору під впливом цифрових технологій. Серед іноземних дослідників важливими для роботи є праці Ф. Маєра, Н. Діакопулоса, А. Каїро, Е. Кірк, які розглядають

журналістику даних, візуалізацію інформації, алгоритмічний вплив та механізми поширення дезінформації в цифровому середовищі.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у роботі застосовано комплексну методологію дослідження.

У теоретичній частині використано методи аналізу для опрацювання наукових підходів до журналістики даних і маніпулятивних наративів, а також методи узагальнення, класифікації та типології для систематизації основних понять і явищ цифрового медіасередовища.

У практичній частині дослідження застосовано методи збору, систематизації та аналізу даних для вивчення матеріалів псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук», зокрема визначення типів контенту, частки ШІ-згенерованих зображень та особливостей подачі інформації. Також використано порівняльний метод для порівняння різних сторінок за ключовими показниками (кількість підписників, частота публікацій, типи контенту).

Наукова новизна дослідження полягає у створенні дата-журналістського проєкту, спрямованого на виявлення та аналіз маніпулятивного потенціалу псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук». У практичному проєкті систематизовано їхні основні характеристики, зокрема типи контенту, частота публікацій та використання ШІ-згенерованих зображень. Отримана інформація візуалізована із використанням інструментів журналістики даних.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали бакалаврської роботи можуть бути використані під час подальших наукових досліджень у сфері журналістики даних, цифрових медіа та дезінформації, а також при підготовці лекційних і семінарських занять із курсів: «Журналістика даних», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики», «Медіаграмотність». Також отримані результати можна застосувати в журналістській практиці для виявлення й аналізу маніпулятивного контенту на соціальних платформах і проведення тренінгів і вебінарів з

медіаграмотності.

**ЖУРНАЛІСТИКА ДАНИХ, ДАТА-ЖУРНАЛІСТИКА,
МАНІПУЛЯТИВНІ НАРАТИВИ, ПСЕВДОУКРАЇНСЬКІ СТОРІНКИ,
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ФЕЙСБУК, ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ,
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, ШІ-ЗГЕНЕРОВАНИЙ КОНТЕНТ,
ДЕЗІНФОРМАЦІЯ**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ДАНИХ.....	12
1.1. Журналістика даних: поняття, еволюція та інструментарій дослідження.....	12
1.2. Український досвід розвитку журналістики даних.....	18
1.3. Маніпулятивні наративи на соціальних мережах як об’єкт дослідження журналістики даних.....	25
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ АВТОРСЬКОГО ПРОЄКТУ З ДАТА-ЖУРНАЛІСТИКИ.....	33
2.1. Ідея, мета та структура вебпроєкту «Те, що в стрічці».....	33
2.2. Збір, систематизація та аналіз даних для проєкту.....	37
2.3. Технічна реалізація та візуалізація результатів вебпроєкту «Те, що в стрічці».....	42
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	6

0

ВСТУП

У сучасному інформаційному середовищі соціальні мережі стали важливим складником суспільної комунікації, оскільки саме через них значна частина аудиторії отримує новини, обмінюється думками та формує власне бачення актуальних подій. Однією з найвпливовіших платформ тривалий час залишається фейсбук, який поєднує функції комунікації, поширення інформації та формування публічного дискурсу. Водночас активний розвиток цифрових технологій сприяв не лише розширенню доступу до інформації, а й загостренню проблеми дезінформації та маніпулятивного впливу.

У межах соціальних мереж функціонує значна кількість сторінок, що використовують патріотичну символіку, суспільно чутливу тематику або образи, пов'язані з українською ідентичністю. Їхня діяльність часто спрямована на досягнення максимального охоплення аудиторії та високого рівня взаємодії користувачів. У зв'язку з цим актуальним є дослідження таких сторінок для з'ясування особливостей поширення маніпулятивного контенту та способів його представлення в соціальних мережах. Важливим чинником впливу на формування інформаційного середовища є алгоритми соціальних мереж, які визначають видимість контенту для користувачів і підсилюють поширення публікацій, що викликають найбільшу взаємодію. Унаслідок цього емоційно забарвлені матеріали часто отримують ширше охоплення та швидше поширюються серед аудиторії.

Додатковим чинником є розвиток технологій штучного інтелекту, які дозволяють створювати візуальні матеріали, що виглядають реалістично. Це ускладнює розпізнавання справжнього та згенерованого контенту і додає нові виклики для критичного сприйняття інформації. У підсумку в інформаційному просторі співіснують реальні події та емоційно підсилені або сконструйовані повідомлення, які формують сприйняття аудиторії.

Актуальність теми зумовлена тим, що у фейсбуці активно

функціонують сторінки, які використовують українську символіку, воєнну тематику, емоційні образи та патріотичну риторичку для залучення аудиторії. Такий контент може створювати враження суспільно важливого або патріотичного повідомлення, однак водночас містити ознаки маніпулятивного впливу: емоційне перебільшення, спрощення складних подій або використання візуальних матеріалів сумнівного походження. У цих умовах журналістика даних набуває особливого значення як інструмент дослідження цифрового контенту, оскільки дає змогу збирати, систематизувати, аналізувати та візуалізувати дані про діяльність сторінок у соціальних мережах. Використання дата-підходів дозволяє виявляти закономірності поширення контенту та характерні ознаки маніпулятивних наративів.

Метою роботи є створення дата-журналістського проєкту, спрямованого на виявлення та аналіз маніпулятивного потенціалу псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук».

Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання таких **завдань**:

- дослідити теоретичні засади, етапи розвитку журналістики даних;
- проаналізувати досвід дата-журналістів у вивченні маніпулятивних механізмів соціальних мереж;
- дослідити функціонування псевдоукраїнських сторінок у фейсбуці та здійснити збір, систематизацію й аналіз їхнього контенту;
- розробити дата-журналістський проєкт, зокрема серію візуалізацій, спрямований на виявлення та демонстрацію маніпулятивного потенціалу псевдоукраїнських сторінок у фейсбуці.

Об’єкт дослідження – псевдоукраїнські сторінки в соціальній мережі «Фейсбук».

Предмет дослідження – особливості контенту псевдоукраїнських сторінок у Фейсбуці, зокрема використання ІІІ-зображень, типи публікацій та способи подачі інформації.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у роботі

застосовано комплексну методологію дослідження.

У теоретичній частині використано методи аналізу для опрацювання наукових підходів до журналістики даних і маніпулятивних наративів, а також методи узагальнення, класифікації та типології для систематизації основних понять і явищ цифрового медіасередовища.

У практичній частині дослідження застосовано методи збору, систематизації та аналізу даних для вивчення матеріалів псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук», зокрема визначення типів контенту, частки ШІ-згенерованих зображень та особливостей подачі інформації. Також використано порівняльний метод для порівняння різних сторінок за ключовими показниками (кількість підписників, частота публікацій, типи контенту).

Методологічна і теоретична основа дослідження. Теоретичним підґрунтям для вивчення журналістики даних, алгоритмічного впливу та дезінформаційних процесів у цифрових медіа стали праці таких українських учених, як А. Миколаєнко [5], А. Савчук та Р. Величко [1], Х. Янак [11], які досліджують розвиток журналістики даних в Україні, використання відкритих даних у журналістській практиці та трансформацію українського медіапростору під впливом цифрових технологій. Серед іноземних дослідників важливими для роботи є праці Ф. Масра [28], Н. Діакопулоса [4], А. Каїро [9], Е. Кірк [13], які розглядають журналістику даних, візуалізацію інформації, алгоритмічний вплив та механізми поширення дезінформації в цифровому середовищі.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в аналізі псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук» як окремого явища сучасного медіапростору. У роботі здійснено спробу систематизувати їхні основні характеристики, зокрема типи контенту, частоту публікацій та використання ШІ-згенерованих зображень. Також запропоновано підхід до аналізу таких сторінок із використанням інструментів журналістики даних.

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в можливості використання матеріалів бакалаврської роботи під час подальших наукових досліджень у сфері журналістики даних, цифрових медіа та дезінформації, а також при підготовці лекційних і семінарських занять із курсів: «Журналістика даних», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики», «Медіаграмотність». Отримані результати можуть бути використані у журналістській практиці для виявлення та аналізу маніпулятивного контенту в соціальних платформах, а також сприяти підвищенню рівня медіаграмотності аудиторії.

Апробація результатів роботи. Апробація роботи була здійснена на Всеукраїнській студентській науковій онлайн-конференції «Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа» (Вінниця, ВДПУ імені М. Коцюбинського, 5 травня, 2026 р.). Тема: «Візуалізація даних як інструмент аналізу ШІ-контенту на псевдоукраїнських сторінках у Фейсбуці», а також на Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні інновації соціальних комунікацій, української та іноземної філології в умовах кризи» (м. Суми, Сумський державний університет, 27 травня 2026 р.). Тема: «Роль візуалізації даних у виявленні маніпуляцій у псевдоукраїнському сегменті Фейсбуку».

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основної роботи становить 54 сторінок. Список використаних джерел включає 40 найменувань (викладених на 5 сторінках).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТИКИ ДАНИХ

1.1. Журналістика даних: поняття, еволюція та інструментарій дослідження

У зв'язку зі швидким розвитком цифрових технологій сучасний медіаландшафт постійно змінюється. Зростання можливостей інтернету, поява соціальних мереж, цифрових платформ і відкритих баз даних вплинули не лише на способи поширення інформації, а й на принципи її створення та перевірки. Важливим стає не тільки сам контент, який споживає аудиторія, а й методи його збирання, аналізу та подання. Ці тенденції спонукають традиційні медіа й незалежні редакції шукати нові підходи до роботи з інформацією. У цифровому середовищі журналіст дедалі частіше має справу не лише з коментарями, подіями чи офіційними заявами, а й з великими масивами даних, статистикою, відкритими реєстрами, електронними таблицями.

Однією з відповідей на ці зміни стало формування журналістики даних. Вона дає змогу працювати з великими обсягами інформації, знаходити в них закономірності та перетворювати складні дані на зрозумілі журналістські матеріали. Як зазначають Л. Бунегру та Дж. Грей, журналістика даних передбачає використання даних як основи для створення журналістських матеріалів [14]. У сучасному інформаційному просторі цей підхід набуває особливого значення, оскільки дані самі по собі не є готовим матеріалом і потребують перевірки, структурування та інтерпретації. Саме тому журналістика даних поєднує традиційні журналістські стандарти – точність, правдивість і суспільну значущість – із цифровими інструментами аналізу та візуалізації інформації.

Робота журналіста в межах журналістики даних охоплює весь процес взаємодії з інформацією – від її пошуку до підготовки матеріалу для публікації. У сучасному цифровому середовищі журналісти все рідше працюють лише з окремими новинами або подіями. Натомість дедалі частіше вони мають справу з великими масивами інформації, які містять статистичні дані, відкриті реєстри, таблиці та інші цифрові джерела.

У цьому контексті важливим є поняття «Великі дані (англ. Big Data) – набори інформації (як структурованої, так і неструктурованої) настільки великих обсягів, що традиційні способи та підходи не можуть бути застосовані до них» [1]. Це означає, що журналісту недостатньо просто зібрати інформацію – потрібно вміти працювати з великими обсягами даних, відбирати серед них важливе та знаходити зв'язки між різними показниками. Журналістика даних як підхід охоплює повний цикл роботи з інформацією. Спочатку відбувається пошук даних, далі – їх перевірка та очищення від помилок або зайвої інформації. Після цього дані аналізуються, щоб знайти в них закономірності або важливі тенденції. Завершальним етапом є подання результатів у зрозумілому для аудиторії вигляді, часто через тексти, графіки або візуалізації. Як зазначає А. Говард, цей процес є послідовним і включає збирання, очищення, аналіз, візуалізацію та публікацію даних [23].

Розвиток комп'ютерних технологій суттєво розширив можливості журналістів у роботі з інформацією, зокрема дозволив ефективно опрацьовувати великі масиви даних. Як зазначає Ф. Маєр у праці «Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods», використання комп'ютерних технологій у журналістиці стало основою переходу до більш наукового підходу в зборі та аналізі інформації, що підвищило точність і аналітичність журналістських матеріалів [28]. У таких умовах змінюється і роль журналіста. Він вже не просто передає інформацію, а працює як аналітик, який повинен оцінити якість даних, перевірити їх правдивість і пояснити отримані результати. Важливо не тільки показати цифри, а й пояснити, що

вони означають у реальному контексті. Окрему роль у журналістиці даних відіграє прозорість. Це означає, що журналіст має пояснювати, звідки взяті дані та яким чином вони були оброблені. Такий підхід дає змогу аудиторії краще розуміти матеріал і довіряти висновкам. У результаті дані стають не лише джерелом інформації, а й основою для пояснення та підтвердження фактів.

Одним із найвідоміших прикладів використання даних для аналізу суспільно важливої проблеми є дослідження Джона Сноу під час епідемії холери в Лондоні 1854 року. У той період причини поширення захворювання ще не були остаточно з'ясовані, тому важливим було не лише фіксувати кількість смертей, а й аналізувати їхній просторовий розподіл. Саме це дозволило перейти від опису проблеми до її пояснення. Як зазначає Г. Бузай, карта Джона Сноу, на якій було відображено випадки захворювання та розташування водяних pomp, стала ключовим інструментом для аналізу джерела інфекції [16]. Особливість цього підходу полягала в тому, що дані розглядалися не ізольовано, а у зв'язку з просторовими умовами міста. Після нанесення інформації на карту стало можливим побачити закономірності, які не були очевидними у звичайних статистичних записах. «Однак, хоча просторове представлення хвороб на карті спочатку було зроблено описово, внесок Джона Сноу є результатом картографічного моделювання як раціоналістичної процедури в пошуку рішення» [16 с. 7]. Аналіз показав, що найбільша концентрація смертей була зосереджена поблизу водяної помпи на Broad Street. Це дозволило зробити висновок про можливий водний шлях передачі холери, що згодом було підтверджено дослідженнями. Таким чином, карта стала не лише способом візуалізації, а й інструментом перевірки гіпотези.

Цей приклад є важливим для журналістики даних, оскільки демонструє базову логіку роботи з інформацією: дані самі по собі не дають пояснень, якщо їх не зібрати, не впорядкувати та не проаналізувати. Лише після цього вони

можуть стати основою для висновків і журналістських інтерпретацій. У цьому сенсі сучасний журналіст працює не лише з фактами, а із їх зв'язками та контекстом.

У сучасних медіа журналістика даних виконує не лише інформаційну, а й контрольну функцію. У другому виданні «The Data Journalism Handbook» наголошується, що робота з даними дає змогу медіа виконувати функцію watchdog, тобто «сторожового пса» демократії [14]. Це підтверджує важливу роль журналістики даних і її розвиток як нового напрямку журналістики «Це можна інтерпретувати як свідчення високої оцінки дослідницького та контрольного потенціалу (data) журналістики, а також як спосіб легітимізації цього нового напрямку» [14]. Це означає, що дата-журналістика може бути інструментом суспільного контролю: за допомогою даних журналісти перевіряють офіційні твердження, аналізують державні витрати, виявляють приховані зв'язки, корупційні ризики або інші суспільно важливі проблеми.

Важливу роль у цьому процесі відіграє візуалізація. Вона допомагає зробити складні дані більш зрозумілими та доступними для сприйняття. Графіки, карти та інфографіка дозволяють швидше орієнтуватися у великих масивах інформації та бачити приховані зв'язки між даними. Як зазначає А. Каїро у праці «Функціональне мистецтво», візуалізація є насамперед способом пояснення інформації, а не лише її оформлення: «Перша й головна мета будь-якої графіки чи візуалізації – бути інструментом, який допомагає очам і мозку сприймати те, що зазвичай є недоступним для безпосереднього розуміння» [4 с. 8]. Дослідник також підкреслює, що подання даних має бути підпорядковане змісту і точності, а не виконувати лише декоративну функцію.

Ту саму ідею продовжує Енді Кірк у книзі «Data Visualisation: A Handbook for Data Driven Design» [18], де розглядає візуалізацію даних як ключовий інструмент сучасної цифрової комунікації, що дає змогу перетворювати складні масиви інформації у зрозумілі графічні форми. На його думку, основною метою візуалізації є не просто представлення даних, а їхнє

полегшене сприйняття та інтерпретація аудиторією, яка може не мати спеціальної аналітичної підготовки. Автор наголошує, що до базових форм візуального представлення даних належать діаграми, графіки, схеми та карти. Вони виконують функцію структуризації інформації, допомагаючи виявляти приховані закономірності, тенденції та взаємозв'язки між різними показниками. При цьому Кірк підкреслює, що різні типи візуалізацій не мають жорстко фіксованої класифікації, оскільки можуть змінюватися залежно від контексту використання та цілей дослідження. Візуалізація даних також розглядається як підхід, орієнтований на користувача, де важливу роль відіграє розуміння потреб аудиторії та адаптація інформації до її сприйняття. Енді Кірк у своїй роботі підкреслює, що ефективна візуалізація базується на принципах людино орієнтованого дизайну, тобто враховує досвід, очікування та рівень підготовки користувача.

У журналістиці даних ключове значення має не лише обсяг інформації, з яким працює журналіст, а насамперед її якість, структура та спосіб подання. Це пов'язано з тим, що ефективність подальшого аналізу напряму залежить від того, наскільки дані є впорядкованими та придатними для роботи. Як зазначається у методичному посібнику Texty.org.ua «Відкриті дані: формати й правила створення» [2], важливою умовою є уніфікація та машиночитаність даних, оскільки саме структуровані набори інформації дозволяють автоматизувати їх обробку, мінімізувати помилки та забезпечити можливість подальшого аналізу без втрати змісту. Таким чином, у центрі журналістики даних перебуває не просто збір інформації, а її попередня організація у форматі, який придатний для системної роботи. Це означає, що дані розглядаються не як хаотичний набір фактів, а як структурований ресурс, який потребує підготовки перед використанням у журналістському матеріалі.

З методологічного погляду журналістика даних є поетапним процесом роботи з інформацією, який включає її отримання, очищення, структурування, аналіз, візуалізацію та подальше оприлюднення. Як зазначає А. Діакопулос

[20] , ці етапи є взаємопов'язаними та формують цілісну систему створення журналістського продукту, у якій кожен крок впливає на наступний і визначає якість кінцевого результату.

У такій логіці журналістика даних постає як безперервний процес трансформації сирих даних у зрозумілий аналітичний продукт. Від того, наскільки якісно виконано початкові етапи – зокрема структурування та очищення даних, – залежить точність аналізу та правдивість висновків, які будуть представлені аудиторії.

Першим етапом є отримання даних. Журналісти шукають інформацію у відкритих реєстрах, офіційних базах, API, запитах на публічну інформацію або використовують скрейпінг. На цьому етапі важливо не тільки знайти дані, а й оцінити, наскільки вони повні, правдиві та придатні для аналізу. У The Data Journalism Handbook підкреслюється, що дані мають бути у форматах, які легко обробляються комп'ютером [14]. Саме тому перевагу мають машиночитані формати, такі як CSV, JSON або XML, тоді як PDF чи скановані файли значно ускладнюють роботу.

Другим етапом є очищення даних. Часто зібрана інформація містить помилки, дублікати або різні варіанти написання однакових об'єктів. Тому дані потрібно впорядкувати, адже від їхньої якості залежить точність подальшого аналізу. Очищення є обов'язковою частиною процесу роботи з даними, без якої складно отримати надійні результати [14].

Третій етап – аналіз даних. На цьому кроці журналіст шукає закономірності, зв'язки та тенденції. Важливо розуміти, що самі дані ще не є готовою історією – вони потребують пояснення та контексту. Як зазначається у «The Data Journalism Handbook», аналіз є ключовою частиною журналістської роботи, адже саме він перетворює дані на змістовний матеріал [14].

Завершальним етапом є подання результатів. Це може бути текст, графіки, карти, таблиці або інтерактивні візуалізації. Важливо, щоб форма

подання не прикрашала дані, а допомагала їх зрозуміти. Тому візуалізація виконує пояснювальну функцію і робить складну інформацію доступною для аудиторії.

Отже, журналістика даних сформувалася як сучасний напрям журналістики, що виник на перетині традиційних медіапрактик, цифрових технологій та аналітичних методів роботи з інформацією. Її розвиток став можливим завдяки зростанню обсягів цифрових даних, появі відкритих джерел інформації та впровадженню комп'ютерних інструментів у журналістську діяльність.

У процесі еволюції цього напрямку відбувся перехід від описової журналістики до більш структурованого та доказового підходу, де ключову роль відіграє робота з даними. Журналістика даних об'єднала етапи збору, очищення, аналізу та подання інформації в єдиний процес, що дає змогу не лише фіксувати події, а й виявляти приховані закономірності та пояснювати складні суспільні явища. Важливим складником цього напрямку є візуалізація, яка забезпечує доступність і зрозумілість даних для широкої аудиторії. Використання графіків, карт та інших візуальних форм сприяє швидшому сприйняттю інформації та підсилює її інтерпретаційний потенціал. Таким чином, журналістика даних постає не лише інструментом обробки інформації, а й комплексним підходом до створення журналістського контенту, що поєднує точність, аналітичність і наочність подачі матеріалу

1.2. Український досвід розвитку журналістики даних

Розвиток журналістики даних в Україні безпосередньо пов'язаний із процесами цифровізації суспільства, відкриття державних даних та трансформації медіасистеми під впливом глобальних інформаційних викликів. Як зазначає А. Миколаєнко, розвиток цього напрямку в Україні відбувається в умовах цифрових трансформацій та інформаційних загроз, що посилює його

значення у сучасному медіапросторі [5, с. 12]. Особливої актуальності цей напрям набув після 2014 року, коли інформаційний простір України зазнав суттєвого впливу дезінформації та пропаганди.

Одним із ключових факторів розвитку журналістики даних в Україні стало впровадження політики відкритих даних та цифрових інструментів прозорості. Як зазначає Transparency International Ukraine, система ProZorro була створена з метою забезпечення відкритості, прозорості та підзвітності у сфері публічних закупівель, що передбачає доступ громадськості до інформації про державні тендери та їх учасників [37]. Запуск електронної системи публічних закупівель ProZorro [32] та розвиток державних порталів відкритих даних створили передумови для використання структурованої інформації у журналістських розслідуваннях, а також сприяли розвитку інструментів аналітики та дата-журналістики в Україні. Важливу роль у розвитку журналістики даних в Україні відіграє Портал відкритих даних України, який є державною платформою для публікації та доступу до структурованих наборів даних, що надаються органами державної влади та місцевого самоврядування [7]. Цей ресурс забезпечує вільний доступ до великого обсягу інформації у стандартизованих форматах, що дає змогу використовувати дані для аналітичних досліджень, журналістських розслідувань та створення дата-журналістських проєктів. Завдяки цьому журналісти працюють не з окремими фактами, а з великими масивами систематизованої інформації, що підвищує якість та глибину аналізу. Портал охоплює різні сфери суспільного життя – економіку, транспорт, освіту, охорону здоров'я та державне управління. Це дає змогу аналізувати суспільні процеси у динаміці, порівнювати показники та виявляти закономірності.

Розвиток журналістики даних в Україні відбувається в умовах цифрової трансформації медіа та інформаційних викликів, що зумовлює зростання ролі відкритих даних, візуалізації та розслідувальних практик у сучасній журналістиці [5]. Робота з великими масивами інформації потребує не лише

журналістських навичок, а й базових знань у сфері аналізу даних, статистики та візуалізації. Важливим аспектом розвитку сучасних українських медіа є зростання ролі візуалізації даних як інструменту підвищення зрозумілості інформаційних матеріалів. Як зазначає Д. Солодовник у дослідженні «Візуалізація даних у новітніх конвергентних медіа України» [8], українські онлайн-медіа поступово переходять від простого супроводу тексту зображеннями до використання складніших форм візуального представлення інформації, таких, як інфографіка, діаграми та інтерактивні мапи. Дослідник підкреслює, що саме розвиток цифрових платформ і зростання вимог аудиторії до швидкого сприйняття інформації сприяють активному впровадженню візуальних інструментів у журналістські матеріали.

Завдяки доступу до таких ресурсів журналісти отримали змогу працювати з великими масивами інформації, аналізувати фінансові показники, діяльність державних органів та взаємозв'язки між різними суб'єктами політичного й економічного життя.

Одним із найвідоміших українських медіа, що спеціалізується на журналістиці даних, є онлайн-видання Texty.org.ua [36], засноване у 2010 році. Це незалежне медіа поєднує традиційну журналістику з аналітичними методами роботи з даними та мультимедійним сторітелінгом. У своїй діяльності редакція активно використовує відкриті джерела інформації, статистичні дані та результати власних досліджень, створюючи інтерактивні проєкти, карти та візуалізації складних суспільних процесів. У сучасних наукових дослідженнях журналістики даних наголошується, що відкриті дані активно використовуються для аналізу та візуалізації суспільно значущих процесів. Як зазначає Х. Янак, «відкриті дані використовувались для аналізу та візуалізації політичних процесів» [11, с. 196]. Це є характерною рисою розвитку сучасних дата-проєктів і зокрема діяльності видання Texty.org.ua, яке спеціалізується на створенні інтерактивних аналітичних матеріалів. У проєктах інформація подається за допомогою карт, графіків, інфографіки та

інших візуальних інструментів, що сприяє кращому розумінню складних суспільних процесів. Такий підхід дає змогу не лише подавати факти, а й демонструвати взаємозв'язки та закономірності між різними явищами. Важливим етапом розвитку журналістики даних в Україні стали умови повномасштабної війни, які суттєво вплинули на роботу медіа та підходи до збору й аналізу інформації. Як зазначає Х. Янак, після початку вторгнення відбулися суттєві трансформації в діяльності видання Texty.org.ua, зокрема зміна тематичних пріоритетів та способів подачі матеріалів. Значна частина публікацій, що стосувалися екологічних, корупційних або політичних тем, втратила актуальність, натомість зросла кількість матеріалів, присвячених війні, безпеці та міжнародним подіям [11, с. 199]. Такі зміни свідчать про адаптацію журналістики даних до умов воєнного часу, коли зростає потреба у швидкому аналізі інформації, використанні відкритих даних та візуалізації складних процесів. Журналістика даних у цей період стає інструментом не лише аналітики, а й оперативного інформування суспільства.

Важливим напрямом розвитку журналістики даних в Україні є розслідувальна журналістика. Прикладом цього є NGL.media [29] – незалежний антикорупційний розслідувальний центр, що спеціалізується на журналістських розслідуваннях, аналітиці та роботі з великими масивами даних. Медіа було засноване у 2013 році як регіональний проєкт під назвою «Наші гроші. Львів» українськими журналістками Наталею Онисько та Олександрою Губицькою. На початковому етапі діяльність редакції була зосереджена на аналізі державних закупівель, тендерної документації та виявленні можливих корупційних ризиків у сфері публічних фінансів. Такий формат роботи став одним із перших прикладів системного використання відкритих даних у журналістських розслідуваннях на регіональному рівні. З розвитком проєкту редакція поступово розширювала тематику своїх матеріалів, переходячи від вузького фокуса на закупівлі до ширшого аналізу суспільно-економічних процесів. У 2023 році відбувся ребрендинг медіа та

його вихід на загальнонаціональний рівень під назвою NGL.media, що також супроводжувалося розширенням тематики досліджень та збільшенням обсягів аналітичної роботи [29].

Одним із яскравих прикладів використання дата-підходів у медіа є аналітичний портал «Слово і Діло» [9]. Це український інформаційно-аналітичний ресурс, який спеціалізується на моніторингу діяльності політиків, аналізі виконання їхніх обіцянок та оцінці роботи органів державної влади. Основна місія portalу полягає у наданні суспільству об'єктивної, точної та неупередженої інформації про політичні процеси, а також у сприянні підвищенню рівня підзвітності влади та розвитку критичного мислення громадян. Портал дає змогу відстежувати, наскільки ефективно виконуються заявлені політичні обіцянки. Інформація, яку обробляє редакція, систематизується та аналізується на основі відкритих даних. У результаті формуються рейтинги, статистичні показники та інфографічні матеріали, які дозволяють порівнювати політиків між собою та оцінювати динаміку виконання їхніх зобов'язань. Важливою частиною роботи portalу є візуалізація даних. Використання графіків, таблиць і рейтингів дає змогу подати складну аналітичну інформацію у доступній та зрозумілій формі. Завдяки цьому користувачі можуть швидко орієнтуватися у великому обсязі даних, що підвищує прозорість політичної інформації та сприяє її кращому сприйняттю.

Крім спеціалізованих дата-медіа, елементи журналістики даних активно використовують і інші українські редакції. Як зазначає А. Миколаєнко, тенденція використання журналістики даних у розслідувальних та аналітичних матеріалах спостерігається в низці українських медіа, зокрема в The Kyiv Independent, «Радіо Свобода», Liga.net, Forbes та «Детектор медіа» [5, с. 54]. Дослідниця підкреслює, що такі матеріали переважно з'являються епізодично та не оформлені в окремі рубрики, однак виконують важливу функцію – висвітлення суспільно значущих тем на основі відкритих даних.

В умовах повномасштабної війни в Україні журналістика даних набуває нових функціональних характеристик і поступово адаптується до кризових інформаційних умов. За спостереженням Р. Пикалюка, у цей період дата-журналістика не лише зберігає свою аналітичну функцію, а й активно зближується з іншими журналістськими напрямками, зокрема новинною, аналітичною та розслідувальною журналістикою [6]. Це зумовлено необхідністю швидкого реагування на інформаційні потреби аудиторії та подання складних даних у доступній формі. Дослідник також відзначає, що матеріали журналістики даних у воєнний період виконують не лише інформативну, а й пояснювальну та соціально орієнтовану функцію. Вони сприяють розумінню складних суспільних і воєнних процесів, допомагають орієнтуватися в інформаційному просторі та можуть використовуватися як інструмент протидії дезінформації.

У сучасних умовах повномасштабної війни в Україні суттєво зросло значення відкритої розвідки OSINT [30] як одного з ефективних методів збору, перевірки та аналізу інформації. Цей метод базується на залученні відкритих джерел, таких як соціальні мережі, супутникові знімки, фотографії та відео, онлайн-карти й відкриті бази даних. Це надає журналістам можливість швидко перевіряти факти, слідкувати за розвитком подій і виявляти інформаційні маніпуляції.

Досвід українських та міжнародних ініціатив демонструє, що використання відкритих даних стало важливим інструментом документування воєнних подій і протидії дезінформації. Зокрема, проєкт OSINT for Ukraine [30] застосовує аналітичні методи для дослідження воєнних злочинів, перевірки повідомлень та формування доказової бази для медіа й правозахисних організацій. Такі практики свідчать про трансформацію журналістики даних у напрямі глибокої аналітики та цифрових розслідувань.

Особливе місце в українському інформаційному просторі займають інтерактивні аналітичні платформи, серед яких вирізняється

DeepStateMap.Live [19]. Ресурс поєднує інформацію з відкритих джерел, офіційні повідомлення та візуальні підтвердження для відображення актуальної ситуації на фронті. Популярність таких проєктів серед медіа засвідчує зростання ролі візуалізації даних у висвітленні воєнних подій та поясненні складних суспільно-політичних процесів.

Проведений аналіз дає змогу зробити висновок, що журналістика даних в Україні сформувалася як окремий напрям під впливом цифрових змін у медіасфері та зростання доступу до відкритої інформації. Її розвиток став можливим завдяки появі державних цифрових ресурсів, які надали журналістам інструменти для роботи з великими масивами структурованих даних і сприяли більш глибокому аналізу суспільних процесів.

Практика українських медіа показує, що дата-підхід поступово інтегрується в різні формати журналістики. Одні редакції зосереджуються на створенні візуальних і аналітичних проєктів, інші – на розслідуваннях, що базуються на обробці відкритих реєстрів і цифрових баз даних. Це свідчить про розширення інструментарію сучасної журналістики та зміну підходів до подачі інформації.

Водночас важливо, що журналістика даних в Україні розвивається не ізольовано, а в умовах складного інформаційного середовища, яке включає швидке поширення контенту та ризики дезінформації. У таких умовах аналітична робота з даними стає способом не лише пояснення подій, а й перевірки інформації та підвищення її якості.

Отже, журналістика даних поступово закріплюється в українському медіапросторі як інструмент, що поєднує аналітику, технології та візуальне подання інформації, формуючи новий рівень роботи з суспільно важливими даними.

1.3. Маніпулятивні наративи в соціальних мережах як об'єкт

дослідження журналістики даних

Інформаційний простір соціальних мереж характеризується високою швидкістю поширення контенту та великою кількістю візуально насичених повідомлень, які щодня сприймаються користувачами. У таких умовах значна частина інформації подається у спрощеній або емоційно підсиленій формі, що впливає на її інтерпретацію та рівень довіри до неї. Особливу роль у цьому процесі відіграють наративи, які повторюються у різних публікаціях і формують стійкі інформаційні образи. Вони можуть бути побудовані навколо емоційних сюжетів, символічних візуальних елементів або узагальнених тверджень, що створює ефект переконливості незалежно від перевірки фактів. У межах журналістики даних такі явища розглядаються як структуровані інформаційні патерни, які можна виявляти, аналізувати та візуалізувати. Це дає змогу досліджувати не лише зміст окремих повідомлень, а й закономірності їхнього поширення та способи впливу на аудиторію.

У науковій літературі маніпулятивні наративи розглядаються як частина ширшого явища інформаційних викривлень. Зокрема, у дослідженні Клер Вордле та Хоссейна Дерахшана «Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making» [39] підкреслюється, що сучасний інформаційний простір характеризується поширенням різних типів викривленого контенту, який може бути як навмисним, так і ненавмисним. У цьому контексті маніпулятивні наративи можна розуміти як інструмент впливу, що використовується для формування потрібного сприйняття подій та явищ. На відміну від нейтрального інформування, такі наративи не лише передають інформацію, а й задають її інтерпретацію. Вони часто будуються через емоційне підсилення, вибіркове подання фактів та спрощення складних процесів, що дає змогу впливати на аудиторію більш ефективно. До характерних ознак подібних наративів дослідники відносять апеляцію до емоцій (страху, гніву, обурення), використання

псевдостатистичних даних, створення ілюзії експертності, а також подання оціночних суджень як фактів. У цьому контексті варто підкреслити, що взаємодія користувачів у соціальних мережах дедалі більше опосередковується алгоритмічними механізмами оцінювання контенту. Як зазначає Ж. ван Дейк у праці «The Culture of Connectivity» [38], функція «вподобайки» не є нейтральною, оскільки вона перетворює емоційні реакції користувачів на кількісні показники популярності, що впливають на видимість і подальше поширення інформації. Таким чином, популярність у цифровому середовищі стає вимірюваним і водночас керованим показником, який формує інформаційні пріоритети в соціальних мережах.

Активне поширення маніпулятивних наративів у цифровому просторі пов'язане з розвитком соціальних платформ у другій половині 2000-х років. Запуск фейсбуку, ютубу та X змінив модель інформаційного споживання: користувачі почали отримувати повідомлення не лише від традиційних медіа, а й через персоналізовані стрічки, сторінки, групи та рекомендації [17]. У таких умовах важливу роль почали відігравати алгоритми рекомендацій, які ранжують контент відповідно до показників залученості аудиторії, а не завжди відповідно до його правдивості. Це створює сприятливе середовище для поширення емоційного, провокативного й маніпулятивного контенту, оскільки саме такі повідомлення частіше викликають реакції користувачів і отримують додаткову видимість у стрічці. М. Чінеллі та ін. у дослідженні ефекту «ехо-камер» у соціальних мережах зазначають, що соціальні медіа можуть обмежувати доступ користувачів до різних поглядів і сприяти формуванню груп однодумців, у межах яких підтримується спільний наратив [17, с. 1]. У посібнику «Media Manipulation and Disinformation Online» [26], дослідниці Аліса Марвік та Ребекка Льюїс зазначають, що маніпулятивні наративи формуються як частина мережевої взаємодії онлайн-спільнот. Вони не існують як ізольовані повідомлення, а поширюються через різні цифрові платформи, поступово закріплюючись у медіапросторі шляхом

багаторазового повторення. Дослідниці звертають увагу на те, що ключовим механізмом їхнього впливу є привернення уваги аудиторії через емоційно забарвлений контент, який підсилює реакцію користувачів і сприяє подальшому поширенню інформації. Таким чином, наративи виконують не лише інформаційну, а й інтерпретаційну функцію, формуючи певний спосіб бачення подій.

Зростання обсягів інформації та швидкість її поширення призводять до формування інформаційного перевантаження, що ускладнює критичне сприйняття контенту. Зокрема, С. Техедор підкреслює, що поширення фейкових новин може впливати на громадську думку, сприяти поляризації суспільства та становити загрозу громадському здоров'ю, демократичним інститутам і міжнародним відносинам [35, с. 1].

Одним із важливих чинників поширення маніпулятивних наративів у соціальних мережах є показники соціальної взаємодії. Лайки, коментарі та поширення створюють у користувачів враження популярності або достовірності повідомлення. У дослідженні «Exposure to Social Engagement Metrics Increases Vulnerability to Misinformation» зазначається, що вплив соціальних метрик підвищує вразливість користувачів до контенту з низькою достовірністю [12]. Тобто велика кількість реакцій може сприйматися як непряме підтвердження важливості повідомлення, навіть якщо воно не має перевіреного джерела.

У таких умовах журналістика даних стає важливим інструментом аналізу маніпулятивних наративів у соціальних мережах. Вона дає змогу працювати не лише з окремими прикладами дописів, а й з масивами даних: кількістю публікацій, типами контенту, рівнем взаємодії, повторюваністю тем і візуальних образів. Такий підхід допомагає виявляти закономірності, які не завжди помітні під час звичайного перегляду стрічки. Зокрема, аналіз цифрових слідів дає змогу визначати частоту публікацій, типи повідомлень, рівень залученості аудиторії та характер візуального супроводу. Методи

мережевого аналізу можуть використовуватися для визначення основних сторінок, груп і акаунтів, що беруть участь у поширенні дезінформації, а також для виявлення зв'язків між ними. Особливого значення набуває кількісне вимірювання інформаційної активності: інтенсивності публікацій, швидкості поширення контенту, повторюваності повідомлень і рівня залученості аудиторії.

Особливого значення у цьому контексті набуває можливість кількісного вимірювання процесів поширення інформації. Використання методів аналізу даних дає змогу не лише фіксувати окремі випадки маніпуляцій, а й виявляти системні закономірності, зокрема швидкість поширення контенту, ступінь його вірусності та рівень залученості аудиторії. Н. Діакопулос підкреслює, що сучасна журналістська робота дедалі частіше ґрунтується на поєднанні автоматизованої обробки даних і людської аналітичної інтерпретації. Дослідник показує, що алгоритми допомагають працювати з великими масивами інформації, однак визначення смислових зв'язків і пояснення результатів залишаються завданням журналістів [20]. Крім того, застосування алгоритмічних підходів і автоматизованих інструментів аналізу відкриває можливості для обробки великих обсягів даних у реальному часі. Це особливо важливо в умовах динамічного інформаційного середовища, де швидкість поширення контенту значно ускладнює його перевірку традиційними методами. У цьому аспекті журналістика даних є не лише як аналітичний інструмент, але і як засіб оперативного реагування на інформаційні загрози.

Практичним прикладом застосування журналістики даних у дослідженні маніпулятивних наративів є матеріал українського медіа Texty.org.ua «Оркестр імені Миколи Відлиги. Один день із життя бота-псевдопатріота у Фейсбуці». У цьому проєкті автори проаналізували публікації анонімного акаунту «Микола Відлига» за одну добу, щоб показати, як у соціальних мережах можуть реалізовуватися інформаційні операції впливу. У матеріалі зазначено, що цей акаунт є «вікном у Фейсбук для тіток-формату», оскільки

на сторінці поєднуються короткі відео, емоційні коментарі, критика влади, конспірологічні твердження та російські пропагандистські меседжі [3]. Автори також звертають увагу на те, що сторінка використовує патріотичну риторику, представляється як ветеранська та має значну аудиторію – 235 тисяч підписників [3]. Особливість цього матеріалу полягає в тому, що автори не обмежилися описом окремих маніпулятивних дописів, а застосували елементи дата-журналістського аналізу. Вони зібрали публікації за визначений проміжок часу, підраховали їх кількість, визначили типи контенту, повторюваність тем і характер основних повідомлень. Зокрема, у досліджуваній день було зафіксовано 61 допис, серед яких 59 коротких відео і 2 текстові публікації. Також підкреслювати на високій інтенсивності публікацій: частина рилзів з’являлася групами протягом короткого часу, що може свідчити про організований або напіваавтоматизований характер такої активності [3]. Важливо, що в дослідженні простежується поєднання кількісного та якісного аналізу. Кількісний підхід дав змогу зафіксувати інтенсивність публікацій, кількість повторів і структуру контенту, а якісний – пояснити, які саме смисли просуваються через ці повідомлення. Наприклад, автори показують, що критика української влади часто поєднується з емоційною риторикою, конспірологічними твердженнями, дискредитацією державних інституцій і підміною причинно-наслідкових зв’язків. У результаті створюється інформаційна картина, у якій відповідальність за війну, мобілізацію або соціальні проблеми перекладається з агресора на українську владу або українські інституції [3]. Окреме значення має використання псевдопатріотичної риторики. На перший погляд, сторінка може виглядати як патріотична, оскільки використовує українську символіку, згадки про війну, армію, народ і справедливість. Однак аналіз показує, що за такою формою можуть приховуватися деструктивні повідомлення, спрямовані на посилення недовіри, роздратування й суспільної напруги. Застосування дата-журналістського підходу в матеріалі Texty.org.ua проявляється у

структурованому аналізу зібраного контенту. Автори не обмежуються описом окремих дописів, а систематизують матеріал за спікерами, темами, повторюваними тезами та форматами повідомлень. Завдяки цьому читач бачить не випадковий набір публікацій, а послідовну модель інформаційного впливу. Цей кейс показує, що під час дослідження маніпулятивних наративів у соціальних мережах важливо враховувати не лише зміст повідомлень, а й частоту їх появи, повторюваність ключових тез, формат подачі та зв'язки між різними джерелами. На основі наведеного аналізу можна зробити висновок, що під час дослідження маніпулятивних наративів у соціальних мережах важливо враховувати не лише зміст повідомлень, а й частоту їх появи, повторюваність ключових тез, формат подачі та взаємозв'язки між різними джерелами. Якщо одна й та сама ідея відтворюється у різних публікаціях та за короткий проміжок часу, це може свідчити про наявність цілеспрямованих механізмів закріплення певного наративу.

Показовим прикладом дата-журналістського дослідження соціальних мереж є інтерактивний матеріал «The Washington Post» «Are you in TikTok's cat niche? What 121,000 videos reveal» [27]. У ньому журналісти проаналізували 121 тисячу відео тік-току на основі історій перегляду, які надали 1100 користувачів. За цими даними було створено візуальну карту відеотем: кожна точка на ній позначає окреме відео, а близькість між точками показує, які матеріали частіше потрапляють до стрічок користувачів зі схожими інтересами. Такий підхід дає змогу побачити, що алгоритмічна стрічка формується не хаотично, а відповідно до поведінки користувачів: часу перегляду, вподобань, коментарів, пропущених відео та попередніх взаємодій. Наприклад, у матеріалі показано, що користувачі, які часто переглядають відео про котів, можуть також отримувати більше контенту з інших близьких тематичних кластерів. У такий спосіб тік-ток формує персоналізоване середовище, у якому одні теми поступово підсилюють появу інших.

Для дослідження маніпулятивних наративів цей приклад важливий тим,

що демонструє можливості журналістики даних у вивченні прихованої логіки соціальних платформ. Візуалізація «The Washington Post» показує не лише окремі відео, а й структуру їхнього розподілу в алгоритмічній стрічці. Це дає змогу аналізувати соціальні мережі як середовище, де контент поширюється не тільки завдяки змісту публікацій, а й завдяки рекомендаційним механізмам платформи. Така логіка важлива і для аналізу псевдопатріотичного контенту у фейсбуці. Якщо користувач взаємодіє з емоційними дописами, відео або III-зображеннями, платформа може частіше показувати схожі матеріали. Тому в межах журналістики даних варто досліджувати не лише самі публікації, а й механізми їхньої видимості, повторення та алгоритмічного підсилення у стрічці. Інтерактив «The Washington Post» про тік-ток демонструє, як великий масив відео можна перетворити на карту тем і показати, у який спосіб алгоритм групує контент навколо інтересів користувачів.

Ще одним прикладом дата-журналістського дослідження соціальних мереж є матеріал «ProPublica» та Tow Center for Digital Journalism про поширення дезінформації у соціальній мережі X / Twitter під час війни Ізраїлю та ХАМАС [24]. Автори дослідження зосередилися на тому, як верифіковані акаунти поширювали неправдиві або вирвані з контексту фото й відео, які могли сприйматися аудиторією як достовірні повідомлення про події. У межах дослідження було проаналізовано понад 200 спростованих тверджень і понад 2000 дописів від верифікованих акаунтів, які поширювали ці твердження. Сукупно такі публікації отримали близько пів мільярда переглядів. Це свідчить про те, що позначка верифікації в соціальній мережі не завжди гарантує достовірність інформації, а навпаки може підсилювати довіру до сумнівного або маніпулятивного контенту. Важливо, що автори матеріалу аналізували не лише самі фейки, а й реакцію платформи на їхнє поширення. Зокрема, увагу приділено системі Community Notes – механізму колективного фактчекінгу в X. Дослідження показало, що спростування або пояснювальні примітки часто з'являлися із запізненням або охоплювали значно меншу

аудиторію, ніж початкові неправдиві дописи. Це демонструє одну з ключових проблем соціальних мереж: маніпулятивний контент може поширюватися швидше, ніж механізми його перевірки.

Отже, маніпулятивні наративи у соціальних мережах є все частіше стають об'єктом дослідження журналістики даних. Водночас їх аналіз потребує уваги не лише до змісту повідомлень, а й до алгоритмічного середовища, форматів подачі, візуального супроводу та показників взаємодії аудиторії. Застосування дата-журналістських методів дає змогу виявляти повторювані меседжі, структурувати цифрові сліди, пояснювати механізми поширення дезінформації та сприяти більш критичному сприйняттю інформації.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ АВТОРСЬКОГО ПРОЄКТУ З ДАТА-ЖУРНАЛІСТИКИ

2.1. Ідея, мета та структура вебпроєкту «Те, що в стрічці»

Сучасне медіасередовище дедалі більше формується під впливом цифрових платформ і соціальних мереж. Якщо раніше основним джерелом суспільно важливої інформації для аудиторії були традиційні медіа, то сьогодні значна частина користувачів отримує новини, коментарі, розважальний і політичний контент саме через стрічки соціальних платформ. Такий формат споживання інформації змінює не лише швидкість доступу до повідомлень, а й саму логіку їх сприйняття: користувач часто бачить контент фрагментарно, у змішаному потоці новин, особистих дописів, реклами, відео та рекомендацій.

Однією з важливих тенденцій цифрового медіапростору є зростання ролі алгоритмів у формуванні інформаційної картини користувача. Соціальні платформи добирають і ранжують контент відповідно до показників залученості, попередньої поведінки аудиторії та ймовірності взаємодії з певним типом повідомлень. Внаслідок цього у стрічці частіше з'являється контент, який викликає швидку емоційну реакцію: обурення, страх, співчуття, гордість або роздратування. Саме така емоційність часто стає одним із механізмів поширення маніпулятивних повідомлень.

Ще однією помітною тенденцією є візуалізація інформаційного потоку. У соціальних мережах дедалі більшу роль відіграють зображення, короткі відео, меми, інфографіка та візуально привабливі дописи. Користувачі часто реагують на форму подачі швидше, ніж на зміст повідомлення. Це створює умови, за яких візуальний контент може не лише інформувати, а й маніпулювати сприйняттям. Особливо актуальною ця проблема стала з

поширенням зображень, створених за допомогою штучного інтелекту. Такі матеріали можуть виглядати переконливо, викликати довіру або сильну емоційну реакцію, але водночас не відображати реальних подій.

У цьому контексті особливої уваги потребують псевдоукраїнські сторінки у фейсбуці. Вони можуть використовувати українську символіку, патріотичні гасла, зображення військових, дітей, літніх людей, релігійні мотиви або емоційні заклики, створюючи враження підтримки українського суспільства. Саме тому аналіз таких сторінок потребує не лише описового підходу, а й систематизації даних. Вебпроект «Те, що в стрічці» розроблено як дата-журналістський проєкт, спрямований на дослідження псевдоукраїнського та маніпулятивного контенту у фейсбуці. Його концепція ґрунтується на ідеї, що звичайна стрічка користувача може бути не лише простором отримання інформації, а й середовищем прихованого впливу. Назва проєкту підкреслює, що така проблема є частиною повсякденного інформаційного простору: маніпулятивний контент не завжди виглядає як очевидний фейк, а часто сприймається як звичайні дописи у стрічці, які користувач бачить щодня.

Основна ідея вебпроекту полягає в тому, щоб показати, як саме виглядає такий контент у стрічці, які візуальні й текстові прийоми він використовує, які теми повторює та яким чином залучає аудиторію. Проєкт не обмежується фіксацією окремих прикладів, а передбачає їх систематизацію за певними ознаками: тип контенту, наявність III-зображень, емоційна тональність, тематика дописів, спосіб подачі інформації та потенційний маніпулятивний ефект. Завдяки цьому користувач отримує можливість побачити не поодинокі приклади, а загальні закономірності. Концепція проєкту безпосередньо пов'язана з теоретичними положеннями, розглянутими в першому розділі роботи. Журналістика даних у цьому випадку стає не лише як метод збору інформації, а як спосіб пояснення складних цифрових процесів через аналіз, класифікацію та візуалізацію. Завдяки цьому користувач отримує можливість

побачити не поодинокі приклади маніпуляцій, а загальні закономірності: які типи контенту переважають, які теми повторюються, які візуальні образи використовуються найчастіше та як формується емоційний вплив.

У межах реалізації вебпроєкту було створено окрему сторінку у фейсбуці для спостереження за формуванням стрічки. Це рішення було зумовлене потребою простежити, який тип контенту з'являється після взаємодії з окремими категоріями публікацій. Такий підхід наблизив дослідження до реальних умов використання платформи, коли користувач щоденно взаємодіє з рекомендованим, емоційно забарвленим або візуально привабливим контентом. Створення окремої сторінки дало змогу зменшити вплив попередньої історії переглядів, підписок і реакцій основного акаунта. Завдяки цьому можна було спостерігати, як інформаційна стрічка реагує на конкретні дії користувача: перегляди, уподобання, переходи за посиланнями або взаємодію з певними сторінками. У контексті вебпроєкту «Те, що в стрічці» така сторінка виконувала роль допоміжного дослідницького інструменту. Вона допомогла зібрати приклади контенту, що потрапляє до стрічки, виявити повторювані візуальні й текстові способи, а також простежити, як алгоритмічне середовище може підсилювати псевдопатріотичні, емоційні або маніпулятивні повідомлення.

Метою вебпроєкту «Те, що в стрічці» є виявлення та демонстрація маніпулятивного потенціалу псевдоукраїнських сторінок у фейсбуці шляхом аналізу їхнього контенту та представлення результатів у форматі вебсторінки. Такий формат обрано не випадково, адже він дає змогу поєднати текстове пояснення, візуальні матеріали, елементи структурування та наочну демонстрацію зібраних прикладів. На відміну від традиційного текстового дослідження, вебформат робить результати більш доступними для аудиторії та наближає їх до сучасних способів споживання інформації.

Проєкт спрямований на те, щоб показати, як у звичному інформаційному середовищі соціальних мереж можуть поширюватися маніпулятивні

повідомлення. Основна увага зосереджена не лише на окремих прикладах псевдопатріотичного контенту, а й на способах його впливу на користувача. Окрему увагу під час аналізу було приділено змісту публікацій, а також механізму їхнього поширення у стрічці фейсбуку. Для цього у вебпроєкті створено блок «Як алгоритм підсилює псевдопатріотичний контент» (Додаток А). Він розміщений після вступної частини, оскільки пояснює, чому користувач може бачити дедалі більше схожих публікацій після взаємодії з емоційним контентом. У цьому блоці показано повторюваний цикл: емоційний допис привертає увагу користувача, користувач реагує на нього через перегляд, вподобайку, коментар або поширення, платформа сприймає цю взаємодію як сигнал зацікавлення, а потім частіше показує такий контент. Така візуалізація допомагає пояснити, що вплив псевдопатріотичних сторінок формується не лише через окремі публікації, а й через їхнє повторення у стрічці.

Зокрема, у проєкті розглядаються використання емоційних образів, патріотичної символіки, III-зображень, відеоформату та повторюваних тем. Завдяки цьому вебсторінка виконує не лише демонстраційну, а й пояснювальну функцію: вона допомагає аудиторії зрозуміти, за допомогою яких візуальних і текстових способів такі сторінки привертають увагу, формують довіру та можуть впливати на сприйняття подій. Завершальним етапом аналізу у вебпроєкті став інтерактивний блок «Що не так із цим контентом?» (Додаток Ж). Його створено для того, щоб не лише показати приклади зображень з ознаками можливої штучної генерації, а й залучити користувача до самостійного розпізнавання таких ознак. У цьому блоці користувач натискає на позначки, розміщені на зображеннях, і бачить пояснення до окремих деталей. Інтерактивний формат дає змогу розглядати зображення не загально, а поелементно: звертати увагу на спотворені написи, неприродну анатомію, нечіткий фон, постановочну композицію або інші візуальні неточності. Такий підхід виконує навчальну функцію, оскільки

допомагає аудиторії не просто переглядати приклади, а тренувати навичку уважного й критичного сприйняття візуального контенту у стрічці.

Цільовою аудиторією вебпроєкту є користувачі соціальних мереж, які щоденно взаємодіють із різними типами контенту, але не завжди мають достатньо часу або навичок для його критичної оцінки. Проєкт також може бути корисним для журналістів, студентів, дослідників цифрових комунікацій та всіх, хто цікавиться проблемами дезінформації й медіаграмотності. Його значення полягає не лише в демонстрації прикладів маніпулятивного контенту, а й у поясненні механізмів, завдяки яким такий контент привертає увагу, поширюється та впливає на аудиторію.

Отже, вебпроєкт «Те, що в стрічці» є практичним продовженням теоретичної частини дослідження. Він демонструє, як методи журналістики даних можуть бути застосовані для аналізу соціальних платформ, виявлення маніпулятивних практик і пояснення їх аудиторії у зрозумілій візуальній формі.

2.2. Збір, систематизація та аналіз даних для проєкту

Після визначення концепції вебпроєкту наступним етапом стала робота з емпіричним матеріалом. Для проєкту «Те, що в стрічці» важливо було не лише описати проблему псевдоукраїнського контенту у фейсбукці, а й зібрати конкретні приклади сторінок і публікацій, які можуть мати ознаки маніпулятивного впливу. Саме тому практична частина дослідження ґрунтується на зборі, систематизації та подальшому аналізі даних.

Об'єктом аналізу є псевдопатріотичні сторінки в соціальній мережі «Фейсбук», які використовують українську символіку, воєнну тематику, емоційно забарвлені назви та візуальні образи, пов'язані з російсько-українською війною. До вибірки було включено сторінки «Актуально», «Серце Нації», «Переможе», «Правда окопів», «Українські війська»,

«Українська Газета» та «Герої України». Їх було обрано тому, що вони мають помітну аудиторію, регулярно публікують контент на патріотичну та військову тематику, використовують візуальні елементи, які можуть викликати сильну емоційну реакцію користувачів.

Відбір псевдопатріотичних сторінок був здійснений за такими критеріями: наявність української або військової символіки, використання патріотичної риторики, регулярність публікацій, помітна кількість підписників, емоційний характер контенту та наявність зображень, які можуть бути створені або стилізовані за допомогою штучного інтелекту. Такий підхід дозволив сформувати вибірку не випадкових сторінок, а саме тих ресурсів, які зовні можуть сприйматися як патріотичні, але потребують додаткового аналізу з погляду достовірності, джерел інформації та способів впливу на аудиторію.

Першим показником, який було зафіксовано, стала кількість підписників сторінок. Цей параметр важливий, оскільки він демонструє потенційний масштаб охоплення контенту. У межах проєкту було встановлено, що найбільшу аудиторію серед відібраних сторінок має «Актуально» – 161 тис. підписників. Далі йдуть «Переможе» – 155 тис., «Українська Газета» – 136 тис., «Серце Нації» – 96 тис., «Правда окопів» – 48 тис., «Українські війська» – 38 тис. та «Герої України» – 17 тис. підписників. Для наочного представлення цих даних у вебпроєкті було створено горизонтальний графік аудиторії (див. Додаток В). Така форма візуалізації дає змогу швидко порівняти сторінки між собою та побачити різницю в їхньому потенційному охопленні. Графік показує, що навіть ресурси з сумнівною якістю контенту можуть мати десятки або сотні тисяч підписників. Це важливо для розуміння масштабу проблеми, адже велика аудиторія підвищує ймовірність поширення емоційних або маніпулятивних повідомлень.

Наступним етапом став збір прикладів публікацій із відібраних сторінок. Для кожної сторінки фіксувалися типи контенту, тематика дописів, візуальні образи, характер підписів, наявність емоційних закликів, ознаки ШІ-

зображень і рівень взаємодії аудиторії. До уваги бралися не лише окремі дописи, а й повторювані елементи: схожі сюжети, однакові емоційні прийоми, візуальна стилістика, часте використання певних символів або образів

Після збору прикладів публікацій було здійснено впорядкування матеріалів для подальшої роботи над вебпроектом. Фотографії, відео та скриншоти зберігалися у структурованих папках відповідно до типу контенту й призначення в майбутніх візуальних блоках сайту. Така організація дала змогу пов'язати емпіричний матеріал із технічною реалізацією проекту: кожен медіафайл мав визначене місце у файловій структурі та міг бути використаний під час написання HTML-, CSS- і JavaScript-коду.

Після цього зібрані матеріали було систематизовано за кількома основними категоріями. Першою категорією став тип контенту: зображення, відео, текстові дописи або змішані публікації. Друга категорія – тематика повідомлень: воєнні сюжети, патріотичні заклики, допомога армії. Третю категорію становили візуальні ознаки: використання прапора, військової форми, зображень руйнувань, сліз, надмірно емоційних сцен або неприродної деталізації. Четверта категорія охоплювала маніпулятивні прийоми: апеляцію до страху, співчуття, обурення, патріотичних почуттів, заклики до негайної реакції або створення відчуття морального тиску.

Окрему увагу було приділено виявленню ШІ-згенерованих або ШІ-модифікованих зображень. Для цього аналізувалися характерні ознаки: неприродні пропорції тіл, помилки в деталях обличчя чи рук, надмірна гладкість зображення, повторюваність композицій, занадто симетричні або плакатні сцени, а також велика кількість символічних елементів в одному кадрі. Такі ознаки не завжди дозволяють із повною точністю встановити походження зображення, однак вони допомагають визначити матеріали, які потребують критичнішого сприйняття.

У процесі аналізу було важливо не лише зафіксувати наявність ШІ-зображень, а й пояснити їхню функцію в контенті сторінок. У багатьох

випадках такі зображення використовуються не для інформування, а для створення емоційного ефекту. Вони можуть підсилювати драматизм повідомлення, викликати співчуття або обурення, формувати відчуття терміновості або морального обов'язку відреагувати. Саме тому в межах проєкту ІІІ-контент розглядався як один із важливих елементів маніпулятивного впливу.

Кількісний аналіз у проєкті поєднувався з якісним. Кількісний підхід дозволив порівняти сторінки за кількістю підписників, рівнем потенційного охоплення, частотою використання певних типів контенту та наявністю повторюваних тем. Якісний аналіз був спрямований на пояснення змісту публікацій, їхньої емоційної тональності, візуального оформлення та можливого впливу на аудиторію. Поєднання цих підходів дало змогу перейти від простого переліку прикладів до виявлення загальних закономірностей.

Для представлення результатів було використано кілька типів візуалізацій. У процесі збору матеріалів важливо було враховувати не лише самі публікації, а й логіку їхнього потрапляння до стрічки користувача. У соціальних мережах поширення контенту значною мірою залежить від реакцій аудиторії: переглядів, уподобайок, коментарів, поширень і часу взаємодії з матеріалом. Саме тому в межах вебпроєкту окрему увагу було приділено алгоритмічному підсиленню емоційного контенту.

Для пояснення цього процесу у вебпроєкті створено блок «Як алгоритм підсилює псевдопатріотичний контент» (Додаток А). Він розміщений після вступної частини й виконує пояснювальну функцію: перед тим як перейти до конкретних сторінок, аудиторії та прикладів контенту, користувач спочатку бачить загальну механіку поширення таких публікацій. У блоці показано повторюваний цикл: емоційний допис привертає увагу, користувач реагує на нього, платформа сприймає цю взаємодію як сигнал зацікавлення, після чого у стрічці може з'являтися більше схожих матеріалів.

Такий елемент є важливим для логіки вебпроєкту, оскільки допомагає

пояснити, чому псевдопатріотичний контент може посилювати свій вплив не лише завдяки окремим публікаціям, а й через повторення схожих образів, тем і закликів. Це дає змогу перейти від загального опису проблеми до конкретного аналізу сторінок, їхньої аудиторії та типів контенту. Графік аудиторії (Додаток В) демонструє масштаб сторінок за кількістю підписників. Мозаїка контенту (Додаток Г) показує, як виглядає візуальний потік псевдоукраїнських сторінок у стрічці. Блок аналізу ІІІ-зображень (Додаток Д) допомагає виділити характерні ознаки штучно створеного контенту.

У фінальній частині вебпроєкту використано інтерактивний блок «Що не так із цим контентом?» (Додаток Ж), який завершує аналіз прикладів ІІІ-зображень. Його мета полягає не лише в демонстрації візуальних ознак штучної генерації, а й у залученні аудиторії до самостійного розпізнавання таких ознак. Користувач може натискати на позначки, розміщені на зображеннях, і бачити, які саме деталі викликають сумнів: спотворені написи, неприродну анатомію, нечіткий фон, постановочну композицію або інші візуальні неточності.

Інтерактивність у цьому блоці виконує навчальну функцію. Вона змінює спосіб сприйняття контенту: користувач не просто переглядає приклади, а зупиняється на окремих деталях і вчиться помічати те, що у звичайній стрічці може залишитися непомітним. Такий підхід робить вебпроєкт не лише аналітичним, а й практично орієнтованим, оскільки він допомагає сформувати уважніше ставлення до візуального контенту у фейсбуці.

Отже, збір і систематизація даних у вебпроєкті були спрямовані не лише на фіксацію окремих прикладів псевдопатріотичного контенту, а й на виявлення повторюваних механізмів його поширення та впливу. Аналіз охоплював сторінки, їхню аудиторію, типи публікацій, візуальні ознаки ІІІ-зображень і способи залучення користувачів. Завдяки поєднанню пояснювальних блоків, візуалізацій та інтерактивного розбору вебпроєкт демонструє, як дата-журналістський підхід може допомогти аудиторії краще

розуміти й критично оцінювати контент у стрічці фейсбуку.

2.3. Технічна реалізація та візуалізація результатів вебпроєкту «Те, що в стрічці»

Після завершення етапів збору та аналізу даних було здійснено підготовку матеріалів для представлення результатів у межах вебпроєкту «Те, що в стрічці». Основною метою цього етапу стало створення зручної та наочної форми подання інформації, яка б дозволяла аудиторії швидко ознайомитися з результатами дослідження та зрозуміти особливості функціонування псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук».

Для систематизації інформації всі зібрані дані були впорядковані за визначеними категоріями, зокрема за типами контенту, кількістю підписників, та використанням ШІ-згенерованих зображень. Після цього результати були представлені за допомогою візуалізацій, що дозволило узагальнити великі обсяги інформації та зробити їх більш зрозумілими для сприйняття.

Технічна реалізація вебпроєкту «Те, що в стрічці» здійснювалася за допомогою HTML, CSS і JavaScript. Такий підхід дав змогу створити односторінковий інтерактивний вебпроєкт, у якому журналістський текст поєднується з візуальними блоками, графіком аудиторії, мозаїкою контенту, відеофрагментами та прикладами ШІ-зображень. HTML використовувався для побудови структури сторінки та розміщення основних змістових блоків. CSS відповідав за візуальне оформлення, кольорову палітру, адаптивність, розташування елементів і створення цілісної атмосфери проєкту. JavaScript застосовувався для інтерактивних функцій: фільтрації мозаїки контенту, анімації графіка аудиторії, сортування даних і появи елементів під час прокручування сторінки.

Структура вебпроєкту побудована за принципом поступового занурення користувача в тему. Перший екран містить назву проєкту «Те, що в стрічці» та

заголовок «Механізми псевдопатріотичних сторінок у Фейсбуці». Цей блок виконує вступну функцію й одразу окреслює тему дослідження. Далі розміщено блок зі сторінками, обраними для аналізу, графік аудиторії, мозаїку інформаційного потоку, відеоблок і добірку прикладів ШІ-зображень.

```
<section class="hero">
  <div class="layout">
    <div class="side-brand">
      <div class="brand-box">
        <span class="brand-single">ТЕ, ЩО В СТРІЧЦІ</span>
        <span class="brand-mark"></span>
      </div>
    </div>
    <div class="main-title">
      <h1>Механізми псевдопатріотичних сторінок у Facebook</h1>
```

Першим елементом вебпроєкту є вступний екран, на якому розміщено назву «Те, що в стрічці» та основний заголовок. Його призначення полягає в тому, щоб ознайомити аудиторію з темою дослідження та привернути увагу до проблеми поширення маніпулятивного контенту в соціальних мережах. Візуальне оформлення проєкту побудоване на використанні темної кольорової палітри, яка асоціюється з цифровим середовищем і стрічкою соціальних мереж. Для виділення ключових елементів використано акцентний колір, що забезпечує кращу навігацію та сприйняття інформації.

Після вступної частини розміщено блок «Як алгоритм підсилює псевдопатріотичний контент» (див. Додаток А). Його введено для пояснення механізмів поширення контенту в соціальних мережах і створення необхідного контексту для подальшого аналізу досліджуваних сторінок. У цьому блоці продемонстровано, як взаємодія користувачів із публікаціями впливає на роботу алгоритмів рекомендацій.

Після блоку, присвяченого алгоритмічному підсиленню контенту, у вебпроєкті подано схему, яка демонструє послідовність взаємодії користувача з публікаціями та можливий вплив цієї взаємодії на формування

інформаційної стрічки. За допомогою візуалізації відображено основні етапи цього процесу: появу емоційно забарвленого допису, реакцію користувача, фіксацію цієї взаємодії алгоритмами платформи та подальше збільшення кількості схожого контенту в стрічці. Такий спосіб подання інформації дає змогу спростити сприйняття складних механізмів роботи соціальних мереж і підготувати аудиторію до ознайомлення з результатами дослідження.

Завершальним елементом блоку є коротке пояснення, яке підкреслює, що поширення псевдопатріотичного контенту може відбуватися не лише завдяки окремим популярним публікаціям, а й через систематичне повторення схожих образів, сюжетів і повідомлень у стрічці користувача. Це створює підґрунтя для подальшого аналізу сторінок, контент яких став об'єктом дослідження.

Наступним елементом вебпроєкту є блок «Групи сторінок для аналізу» (див. Додаток Б). Його метою є представлення об'єктів дослідження та ознайомлення аудиторії зі сторінками, матеріали яких були використані під час збору даних. Розміщення цього блоку на початку аналітичної частини проєкту забезпечує логічний перехід від загального пояснення механізмів поширення контенту до конкретних прикладів сторінок. Завдяки цьому користувач отримує уявлення про джерела досліджуваного контенту ще до ознайомлення з кількісними показниками та результатами аналізу. У межах цього блоку кожна сторінка подана через назву та візуальний ідентифікатор. Такий спосіб представлення обрано не випадково: псевдоукраїнські сторінки часто впливають на користувача не лише через тексти дописів, а й через власне візуальне оформлення – назву, аватар, символіку, кольори та образи.

Тому показ сторінок на початку вебпроєкту дає змогу зафіксувати їхню зовнішню стилістику й підготувати користувача до подальшого аналізу аудиторії та контенту.

Однією з ключових візуалізацій проєкту є графік аудиторії псевдоукраїнських сторінок (див. Додаток В). Його метою є порівняння кількості підписників досліджуваних сторінок та визначення потенційного

масштабу їхнього охоплення. Візуалізація дозволяє наочно представити відмінності між сторінками та оцінити їхні можливості впливу на аудиторію.

Використання графічного способу подання інформації спрощує сприйняття кількісних показників і дає змогу швидко визначити сторінки з найбільшою кількістю підписників. Завдяки цьому користувач може не лише ознайомитися з числовими даними, а й порівняти досліджувані сторінки між собою. Такий підхід відповідає принципам журналістики даних, оскільки перетворює великі масиви числової інформації на зрозумілу та доступну для аналізу форму.

Представлені результати стали основою для подальшого дослідження контенту сторінок, адже кількість підписників є одним із показників їхньої потенційної видимості та впливу в соціальній мережі. Це дозволяє перейти від загальної характеристики аудиторії до аналізу змістового наповнення публікацій і особливостей їхнього поширення.

Ще одним важливим елементом вебпроєкту є мозаїка контенту (Див. Додаток Г). Її основною метою є демонстрація різноманітності контенту та виявлення особливостей його подання. На відміну від попередніх графіків, що зосереджувалися на кількісних показниках, цей блок дає змогу безпосередньо ознайомитися з прикладами публікацій, які поширюються на сторінках. Для зручності аналізу контент було розподілено на окремі категорії: відео, відео зі звуком та зображення. Такий підхід дозволяє користувачеві зосередитися на певному типі матеріалів і простежити особливості їх використання. Функція фільтрації робить процес перегляду більш зручним і дає можливість порівнювати різні формати контенту між собою.

Використання мозаїчного формату сприяє кращому візуальному сприйняттю результатів дослідження. Користувач може швидко оцінити характер публікацій, звернути увагу на повторювані образи, емоційні елементи та інші особливості оформлення контенту. Це допомагає виявити характерні риси досліджуваних сторінок і доповнює результати кількісного

аналізу якісними спостереженнями.

Окремим елементом вебпроєкту є блок із відеофрагментами (див. Додаток Д). Його призначення полягає у демонстрації особливостей відеоконтенту, який поширюється досліджуваними сторінками. Використання відео дозволяє показати не лише візуальне оформлення публікацій, а й способи поєднання зображення, тексту, музичного супроводу та емоційних сюжетів для привернення уваги аудиторії. Представлені приклади допомагають краще зрозуміти специфіку подачі контенту та його потенційний вплив на користувачів соціальних мереж.

Наступний блок присвячений прикладам ШІ-згенерованих зображень, виявлених під час аналізу сторінок. Його включення до структури вебпроєкту зумовлене необхідністю продемонструвати роль технологій штучного інтелекту у створенні візуального контенту. У межах цього блоку зібрано приклади зображень, які містять характерні ознаки генерації або цифрового редагування.

Візуальне представлення таких матеріалів дає змогу звернути увагу на особливості їхнього оформлення та простежити повторювані елементи, що зустрічаються в контенті різних сторінок. Крім того, цей блок доповнює результати аналізу та демонструє, як технології штучного інтелекту можуть використовуватися для створення емоційно привабливих зображень.

Важливою частиною технічної реалізації стала адаптивність вебпроєкту. Оскільки значна частина користувачів переглядає контент соціальних мереж зі смартфонів, сайт мав бути зручним не лише на комп'ютері, а й на мобільних пристроях.

```
@media (max-width:700px) {
    .video-strip{
        display:flex;
        overflow-x:auto;
        gap:18px;
    }
    .feed-video{
```

```
width:196px !important;
height:376px !important;
flex:0 0 auto;
}
```

Цей фрагмент CSS-коду відповідає за адаптацію відеоблока для менших екранів. На мобільних пристроях відео розміщуються в горизонтальній прокрутці, що дає змогу зберегти зручність перегляду та не перевантажувати сторінку.

Візуалізацією вебпроєкту є блок із прикладами ІІІ-зображень (Див. Додаток Е). Його було створено для того, щоб окремо показати візуальні матеріали, які мають ознаки штучного походження або цифрової модифікації. На відміну від мозаїки, де контент подається як загальний інформаційний потік, цей блок концентрує увагу саме на зображеннях і дає змогу уважніше розглянути їхню стилістику, композицію та емоційне навантаження.

Наведений фрагмент HTML-коду відповідає за створення окремого блоку з прикладами ІІІ-зображень. Елемент `photo-section` формує саму секцію, заголовок пояснює її зміст, а контейнер `photo-grid` об'єднує зображення в єдину візуальну добірку. Кожен приклад подано через елемент `figure` з класом `photo-card`, що дає змогу оформити зображення як окрему картку. Ця візуалізація виконує пояснювальну функцію. Вона допомагає користувачеві побачити, як ІІІ-зображення можуть виглядати у стрічці фейсбуку та які риси повторюються в таких матеріалах. Йдеться про надмірну драматизацію, емоційність, неприродні деталі, стилістичну схожість і візуальну «плакатність». Завдяки цьому блок не лише демонструє приклади, а й підводить користувача до критичнішого сприйняття зображень у соціальних мережах.

Останньою візуалізацією вебпроєкту є інтерактивний блок «Що не так із цим контентом?» (Див Додаток Ж). Його мета – не лише показати приклади зображень з ознаками можливої штучної генерації, а й залучити користувача до самостійного аналізу візуального контенту. На відміну від попередніх

блоків, де інформація подається у вигляді графіка, мозаїки або добірки матеріалів, ця частина передбачає активну взаємодію: користувач натискає на позначки на зображенні й отримує пояснення до конкретної деталі.

У цьому блоці розміщено два приклади зображень із досліджуваних сторінок. Кожне зображення має кілька інтерактивних позначок, які вказують на потенційні ознаки ШІ: спотворений напис, неприродну міміку, проблемну анатомію, нечіткий фон або надто постановочну композицію. Після натискання на позначку поруч відкривається коротке пояснення, яке допомагає зрозуміти, чому саме ця деталь може викликати сумнів.

Такий формат виконує не лише ілюстративну, а й освітню функцію. Використання інтерактивних елементів сприяє залученню користувача до процесу аналізу візуального контенту та допомагає звернути увагу на деталі, які можуть свідчити про використання технологій штучного інтелекту. Завдяки поєднанню прикладів і пояснень блок демонструє характерні ознаки ШІ-згенерованих зображень та допомагає краще зрозуміти особливості їхнього поширення в соціальних мережах. Крім того, інтерактивний формат підсилює практичну складову вебпроєкту, оскільки дає можливість застосувати отримані знання під час оцінювання візуального контенту в інформаційному просторі.

Отже, було проаналізовано діяльність псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук» та створено дата-журналістський вебпроєкт «Те, що в стрічці». Проведене дослідження дало змогу систематизувати дані про досліджувані сторінки, визначити особливості їхнього контенту та виявити характерні ознаки використання емоційно забарвлених матеріалів і ШІ-згенерованих зображень.

Результати аналізу стали основою для розробки вебпроєкту, у якому поєднано текстові пояснення, візуалізацію даних та інтерактивні елементи. Використання графіків, мозаїки контенту, відеофрагментів і добірок зображень дозволило наочно представити результати дослідження та

забезпечити їхнє зручне сприйняття аудиторією.

Створений вебпроект продемонстрував можливості журналістики даних для збору, аналізу та візуального представлення інформації. Поєднання аналітичного підходу з інтерактивними елементами сприяло більш повному розкриттю теми дослідження та дозволило представити отримані результати у доступній і зрозумілій формі.

ВИСНОВКИ

Журналістика даних є важливим напрямом сучасної журналістики, який

сформувався під впливом цифровізації суспільства, розвитку інформаційних технологій та зростання обсягів відкритих даних. Її особливістю є поєднання традиційних журналістських принципів із методами збору, аналізу та візуалізації інформації. Використання дата-підходів дає можливість не лише опрацьовувати великі масиви даних, а й виявляти закономірності, тенденції та взаємозв'язки між різними суспільними явищами, роблячи складну інформацію більш зрозумілою для аудиторії.

Дослідження дозволило встановити, що розвиток журналістики даних супроводжувався розширенням методів роботи з інформацією та впровадженням нових цифрових інструментів. Важливими складниками цього напрямку є збір, очищення, аналіз та візуалізація даних, які утворюють єдиний процес створення журналістського матеріалу. Особливого значення набуває візуалізація, оскільки вона сприяє зрозумілому представленню результатів аналізу та полегшує сприйняття складної інформації. Таким чином, журналістика даних є не лише способом роботи з великими масивами інформації, а й ефективним інструментом дослідження та пояснення суспільно важливих процесів.

Аналіз українського досвіду розвитку журналістики даних засвідчив, що цей напрям поступово утвердився як важливий складник сучасного медіапростору. Його розвиток став можливим завдяки цифровій трансформації суспільства, розширенню доступу до відкритих даних та впровадженню нових інструментів їх обробки. Дослідження показало, що українські медіа дедалі активніше використовують дата-підходи для створення аналітичних матеріалів, журналістських розслідувань і мультимедійних проєктів. Водночас журналістика даних виконує не лише інформаційну, а й суспільно важливу функцію, сприяючи перевірці фактів, підвищенню прозорості суспільних процесів та протидії дезінформації. Це свідчить про зростання ролі журналістики даних у формуванні якісного та доказового медіаконтенту в Україні.

Дослідження маніпулятивних наративів у соціальних мережах підтвердило, що вони є важливим об'єктом журналістики даних. Встановлено, що поширення маніпулятивного контенту залежить не лише від змісту повідомлень, а й від особливостей роботи алгоритмів соціальних мереж, візуального оформлення публікацій та активності аудиторії. Особливо помітними ці процеси є у соціальних мережах, де алгоритми рекомендацій можуть підсилювати видимість емоційно забарвленого контенту та сприяти його подальшому поширенню. Застосування методів журналістики даних дозволяє систематизувати великі масиви інформації, виявляти повторювані ознаки маніпулятивних повідомлень і досліджувати механізми їхнього поширення. Це підтверджує доцільність використання дата-підходів для аналізу інформаційних процесів у соціальних мережах та виявлення ознак дезінформації.

У межах практичної частини роботи досліджено діяльність псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук». Проведений аналіз дозволив систематизувати особливості їхнього контенту, визначити основні типи публікацій та виявити характерні способи привернення уваги аудиторії. Встановлено, що важливу роль у таких матеріалах відіграють емоційні образи, патріотична символіка, персоналізовані історії та візуальний контент, створений або модифікований за допомогою технологій штучного інтелекту. Використання подібних елементів сприяє підвищенню залученості користувачів і збільшенню охоплення публікацій.

Практичним результатом дослідження стало створення дата-журналістського вебпроєкту «Те, що в стрічці», присвяченого аналізу псевдоукраїнських сторінок у соціальній мережі «Фейсбук». Використання інструментів журналістики даних дозволило здійснити збір, впорядкування, систематизацію та аналіз інформації про досліджувані сторінки, а також представити отримані результати у візуальній формі. Завдяки дата-підходу вдалося не лише опрацювати значний масив контенту, а й виявити характерні

особливості його поширення та представлення. У межах проєкту було сформовано окремі тематичні блоки, які відображають різні аспекти дослідження. Зокрема, блок «Групи сторінок для аналізу» дає уявлення про об'єкти дослідження, графік аудиторії демонструє кількість підписників і потенційне охоплення сторінок, а мозаїка контенту дозволяє простежити особливості візуального наповнення публікацій. Окремо представлено добірку типових відеороликів та приклади ШІ-згенерованих зображень, які були виявлені під час аналізу контенту. Це дало змогу наочно продемонструвати роль візуальних матеріалів у приверненні уваги аудиторії та поширенні емоційно забарвлених повідомлень.

Важливою складовою проєкту став інтерактивний блок «Що не так із цим контентом?», спрямований на демонстрацію характерних ознак можливого використання штучного інтелекту під час створення зображень. Його реалізація дозволила поєднати результати дослідження з елементами медіаграмотності та залучити аудиторію до самостійного аналізу контенту. Завдяки цьому проєкт виконує не лише інформаційну, а й освітню функцію.

Реалізація проєкту підтвердила доцільність застосування інструментів журналістики даних для аналізу контенту соціальних мереж та демонстрації результатів дослідження. Крім того, проєкт показав можливості поєднання аналітичних методів із візуальним представленням інформації для кращого розуміння складних інформаційних явищ.

Отримані результати підтверджують ефективність використання інструментів журналістики даних для дослідження інформаційних процесів у соціальних мережах. Таким чином, застосування інструментів журналістики даних дозволило перетворити результати дослідження на проєкт, у якому поєднано аналіз даних, візуалізацію результатів та інтерактивну взаємодію з аудиторією. Це підтвердило ефективність дата-підходів для дослідження контенту у соціальній мережі «Фейсбук» та виявлення особливостей поширення маніпулятивних наративів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Відкриті дані для міст. Практичний аспект / А. Савчук, Р. Величко. Київ, 2019. 66 с. URL: <https://www.data.in.ua/handbook/>
2. Відкриті дані: формати й правила створення. Київ : Б.м., 2017. 20 с. URL: <https://texty.org.ua/pdf/data2017.pdf>
3. Гадзинська І., Кельм Н., Гебура О., Литвинов В., Головінський Н. Оркестр імені Миколи Відлиги. Один день із життя бота-псевдопатріота у Фейсбуці. *Texty.org.ua*. 2026. URL: <https://texty.org.ua/projects/116771/orkestr-imeni-mykoly-vidlyhy-odyn-den-iz-zhyttya-bota-psevdopatriota-u-fejsbuci/>
4. Каїро А. Функціональне мистецтво: вступ до інформаційної графіки та візуалізації. Берклі : New Riders, 2013. 363 с.
5. Миколаєнко А. Журналістика даних в українському медіапросторі: тенденції, виклики, перспективи. *Український інформаційний простір*. 2025. № 1(15). С. 49–60. URL: <https://ukrinformspace.knukim.edu.ua/article/view/335344/324398>
6. Пикалюк Р. Тенденції розвитку журналістики даних в Україні в період повномасштабної війни. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Філологія. Журналістика. 2025. Т. 36 (75), № 2. Ч. 2. С. 246–251. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/2_2025/part_2/38.pdf
7. Портал відкритих даних. URL: <https://data.gov.ua>
8. Солодовник Д. Візуалізація даних у новітніх конвергентних медіа України. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2023. Т. 29, №2. С. 157–165.
URL: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/570/471>

9. Слово і Діло. Інфографіка. URL: <https://www.slovoidilo.ua/publikacii/infografika>
10. Те, що в стрічці. URL: <https://data-journalism.lizafedotovaml.workers.dev/>
11. Янак Х. Як повномасштабне вторгнення змінило видання «Texty.org.ua»: тематичний зріз. *Діалог : Медіастудії*. Випуск 30. 2024. URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a1dc9519-ee5f-4094-bba1-640aa17a8aa6/content>
12. Avram M., Micallef N., Patil S., Menczer F. Exposure to Social Engagement Metrics Increases Vulnerability to Misinformation. *HKS Misinformation Review*. 2020. Vol. 1, № 5. URL: https://misinformationreview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2020/07/FORMATTED_Avram_July28.pdf
13. Bounegru L., Gray J., Chambers L. The Data Journalism Handbook. 1st ed. 2012. 238 p. URL: <https://datajournalismhandbook.org/uploads/firstbook/DataJournalismHandbook-2012.pdf>
14. Bounegru L., Gray J. The Data Journalism Handbook: Towards a Critical Data Practice. 2nd ed. Amsterdam : Amsterdam University Press, 2021. URL: <https://kclpure.kcl.ac.uk/ws/portalfiles/portal/175255503/2021DataJournalismHandbook.pdf>
15. Bradshaw S., Howard P. The Global Disinformation Order. *Oxford Internet Institute*. 2019. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>
16. Buzai G. D. The Cholera Map by John Snow (London, 1854): A Health Solution as a Conceptual Summary of Applied Geography. *Anales de la Sociedad Científica Argentina*. 2020. Vol. 268, № 2. 18p. URL: https://www.researchgate.net/publication/344338651_The_Cholera_Map_by_John_Snow_London_1854_A_Health_Solution_as_a_Conceptual_Summary_of_Applied_Geography
17. Cinelli M., De Francisci Morales G., Galeazzi A., Quattrociocchi W., Starnini M. The Echo Chamber Effect on Social Media. *Proceedings of the National*

- Academy of Sciences*. 2021. Vol. 118, № 9. URL: [https:// www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118](https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2023301118)
18. Data Visualisation: A Handbook for Data Driven Design. *Sage* / A. Kirk. 2016. 36 p. URL: https://u s2.sag epub. com/s ites/def ault/file s/ up m- bin ari es/ 75674_Kirk_Data_Visualisation.pdf
 19. DeepStateMap.Live. URL: <https://deepstatemap.live/>
 20. Diakopoulos N. Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media. Cambridge, MA : *Harvard University Press*, 2019. 35p. URL: <https://cs.unibg.it/verdicch/Diakopoulos%20-%20Automating%20the%20News%20-%20chapter%201.pdf>
 21. Guide to Investigating Social Media Algorithms. URL: <https://g ijn.org /resource/guide-investigating-social-media-algorithms/>
 22. Higgins E. *We Are Bellingcat*: Global Crime, Online Sleuths, and the Bold Future of News. London : Bloomsbury, 2021. URL: <https://books.google.co m.ua/books?id=Gg0IEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage &q&f=false>
 23. Howard A. B. The Art and Science of Data-Driven Journalism. New York : *Tow Center for Digital Journalism*, 2014. 145p. URL: <https://www.inter news.org/wp-content/uploads/legacy/resources/Tow-Center-Data-Driven-Journalism.pdf>
 24. Kao J., Bengani P. How Verified Accounts on X Thrive While Spreading Misinformation About the Israel-Hamas Conflict. *ProPublica*; Tow Center for Digital Journalism. 2023. URL: <https://w ww.propublica.org/article/x-ver ified-accounts-misinformation-israel-hamas-conflict>
 25. Lazer D. M. J., Baum M. A., Benkler Y., Berinsky A. J., Greenhill K. M., Zittrain J. L. The Science of Fake News. *Science*. 2018. Vol. 359, № 6380. P. 1094–1096. URL: <https://arxiv.org/pdf/2307.07903>
 26. Media Manipulation and Disinfo Online. URL: <https://datasociety.net /librar y/media-manipulation-and-disinfo-online/>

27. Merrill J. B., Fox J., Shapiro L. Are You in TikTok's Cat Niche? What 121,000 Videos Reveal. *The Washington Post*. 2025. URL: <http://www.washingtonpost.com/technology/interactive/2025/tiktok-algorithm-video-map-interests/>
28. Meyer P. Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods. *Rowman & Littlefield*, 2002. URL: <https://www.scribd.com/document/724735017/Philip-Meyer-Precision-Journalism-a-Reporter-s-Introduction-to-Social-Science-Methods-Rowman-Littlefield-2002>
29. NGL. URL: <https://ngl.media/>
30. OSINT for Ukraine. URL: <https://osintforukraine.com/>
31. Papacharissi Z. Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics. *Oxford University Press*, 2015. URL: <https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/26372/1/6.pdf.pdf>
32. ProZorro. URL: <https://prozorro.gov.ua/uk>
33. Reuters Institute for the Study of Journalism. *Digital News Report 2024*. 168p. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf
34. Smith S. T., Kao E. Automatic Detection of Influential Actors in Disinformation Networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2021. Vol. 118, № 4. URL: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2011216118>
35. Tejedor Calvo S., Romero-Rodríguez L. M., Gracia Villar M. Unveiling the Truth: A Systematic Review of Fact-checking and Fake News Research in Social Sciences. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 2024. Vol. 14, № 2. Article e202427. URL: <https://doi.org/10.30935/ojcm/14455>
36. Texty.org.ua. URL: <https://texty.org.ua/projects/>
37. Transparency International Ukraine. ProZorro: *Co-creation of Public*

- Procurement Reform*. 2017. URL: <http://knowledgehub.transparencycdn.org/kproducts/2017-Procurement-Report-eng.pdf>
38. Van Dijck J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press, 2013. URL: https://api.pageplate.de/preview/DT0400.9780199970797_A23618926/preview-9780199970797_A23618926.pdf
39. Wardle C., Derakhshan H. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg : *Council of Europe*, 2017. URL: <https://store.teinter.org/wp-content/uploads/2017/10/Information-Disorder-Toward-an-interdisciplinary-framework.pdf>
40. Zubiaga A. *Mining Social Media for Newsgathering: A Review*. *Online Social Networks and Media*. 2019. URL: <https://www.zubiaga.org/publications/files/newsgathering-osnem.pdf>

ДОДАТКИ

Додаток А

Візуалізація «Як алгоритм підсилює псевдопатріотичний контент»



```
<section class="loop-section">
  <p class="loop-subtitle">Емоційний допис рідко працює сам по собі.
  Важливіше те, як платформа зчитує реакцію користувача і поступово вибудовує
  навколо нього цілу стрічку схожих образів.</p>
  <div class="loop-layout">
    <div class="loop-orbit" aria-hidden="true"></div>
    <div class="loop-center">
      <span>Повторюваний цикл у стрічці</span>
    </div>
    <article class="loop-card top-left">
      <div class="loop-step">1</div>
      <h3>Емоційний допис</h3>
      <p>Публікація використовує патріотичні образи, драматичний підпис,
      військових, дітей, руйнування або ШІ-зображення, щоб миттєво зачепити
      увагу.</p>
    </article>
    <article class="loop-card top-right">
      <div class="loop-step">2</div>
      <h3>Реакція користувача</h3>
      <p>Користувач зупиняється на дописі, переглядає його, ставить
```

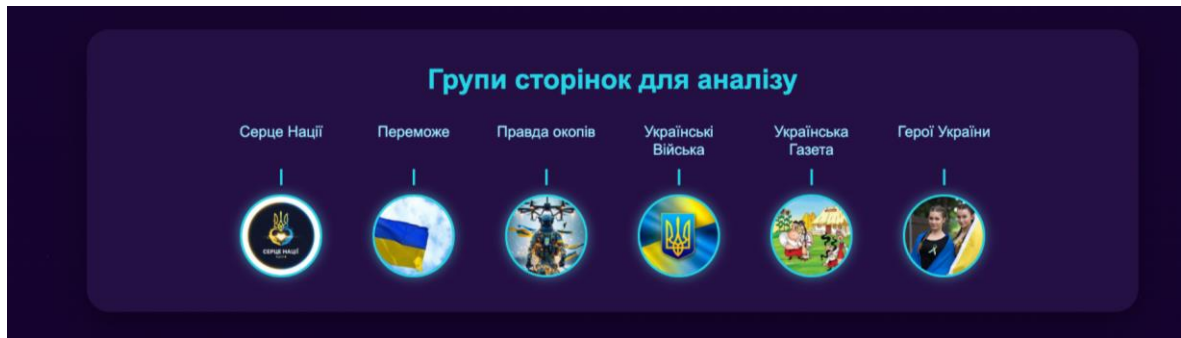
```

вподобайку, коментує, переходить у профіль сторінки або ділиться
публікацією.</p>
</article>
<article class="loop-card bottom-right">
  <div class="loop-step">3</div>
  <h3>Сигнал для алгоритму</h3>
  <p>Платформа фіксує взаємодію як ознаку зацікавлення і визначає, що саме
такий контент утримує увагу та провокує активність.</p>
</article>
<article class="loop-card bottom-left">
  <div class="loop-step">4</div>
  <h3>Більше схожого контенту</h3>
  <p>Алгоритм починає частіше показувати подібні публікації, і в стрічці
з'являється ще більше однотипних емоційних образів і маніпулятивних
сюжетів.</p>
</article>
<div class="loop-scroll-window">
  <p>Так формується замкнене коло: користувач реагує на емоційний контент,
а алгоритм частіше показує йому схожі публікації. Через це псевдопатріотичні
сторінки можуть посилювати свій вплив не одним дописом, а повторенням тих
самих образів, тем і закликів.</p>
</div>
</div>

```

Додаток Б

Візуалізація «Групи сторінок для аналізу»



```

<section class="groups-section reveal-on-scroll">
  <h2 class="groups-title">Групи сторінок для аналізу</h2>
  <div class="groups-row">
    <div class="group-item">
      <div class="group-name">Серце Нації</div>
      <div class="group-line"></div>
    <div class="group-avatar"></div>
  </div>
  <div class="group-item">
    <div class="group-name">Переможе</div>
    <div class="group-line"></div>
  <div class="group-avatar"></div>
  </div>
  <div class="group-item">
    <div class="group-name">Правда окопів</div>
    <div class="group-line"></div>
  <div class="group-avatar"></div>
  </div>
  <div class="group-item">
    <div class="group-name">Українські Війська</div>
    <div class="group-line"></div>
  <div class="group-avatar"></div>
  </div>
  <div class="group-item">
    <div class="group-name">Українська Газета</div>
    <div class="group-line"></div>
  <div class="group-avatar"></div>
  </div>
  <div class="group-item">
    <div class="group-name">Герої України</div>
    <div class="group-line"></div>
  <div class="group-avatar"></div>
  </div>
</section>

```

```
<div class="group-name">Герої України</div>
  <div class="group-line"></div>
<div class="group-avatar"></div>
  </div>
  </div>
</section>
```

Додаток В

Графік аудиторії псевдопатріотичних сторінок



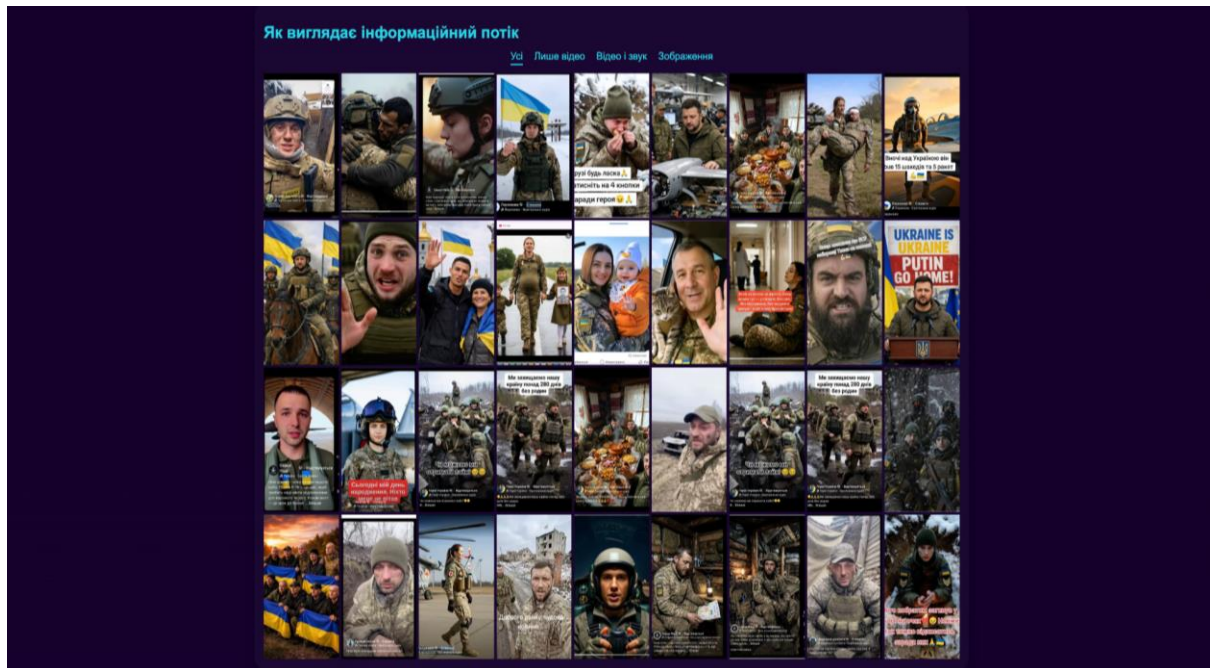
```
<section class="chart-section reveal-on-scroll">
  <h2>Аудиторія псевдопатріотичних сторінок</h2>
  <p class="subtitle">Кількість підписників як індикатор потенційного охоплення</p>
  <div class="chart" id="chart">
    <div class="bar-row" data-value="155">
      <span class="label">Переможе</span>
      <div class="bar"><div class="fill"></div></div>
      <span class="value">155 тис.</span>
    </div>
    <div class="bar-row" data-value="136">
      <span class="label">Українська газета</span>
      <div class="bar"><div class="fill"></div></div>
      <span class="value">136 тис.</span>
    </div>
    <div class="bar-row" data-value="96">
      <span class="label">Серце Нації</span>
      <div class="bar"><div class="fill"></div></div>
      <span class="value">96 тис.</span>
    </div>
    <div class="bar-row" data-value="48">
      <span class="label">Правда окопів</span>
      <div class="bar"><div class="fill"></div></div>
      <span class="value">48 тис.</span>
    </div>
    <div class="bar-row" data-value="38">
      <span class="label">Українські війська</span>
      <div class="bar"><div class="fill"></div></div>
      <span class="value">38 тис.</span>
    </div>
    <div class="bar-row" data-value="17">
      <span class="label">Герої України</span>
      <div class="bar"><div class="fill"></div></div>
      <span class="value">17 тис.</span>
    </div>
  </div>
```

```
<div class="bar-row" data-value="38">
<span class="label">Українські війська</span>
<div class="bar"><div class="fill"></div></div>
  <span class="value">38 тис.</span>
</div>

<div class="bar-row" data-value="17">
  <span class="label">Герої України</span>
<div class="bar"><div class="fill"></div></div>
  <span class="value">17 тис.</span>
</div>
</div>
</section>
```

Додаток Г

Візуалізація «Мозаїка контенту»



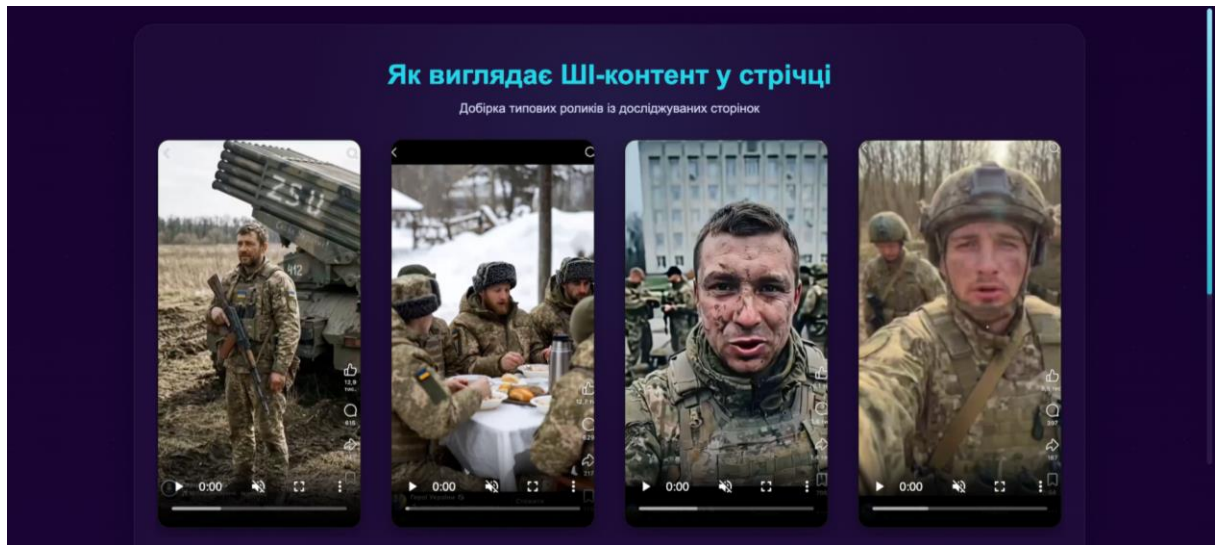
```

<section class="mosaic-section reveal-on-scroll">
<h2 class="mosaic-title">Як виглядає інформаційний потік</h2>
  <div class="controls">
    <button class="filter-btn active" data-filter="all">Усі</button>
    <button class="filter-btn" data-filter="video">Лише відео</button>
    <button class="filter-btn" data-filter="voice">Відео і звук</button>
    <button class="filter-btn" data-filter="image">Зображення</button>
  </div>

```

Додаток Д

Добірка типових роликів із досліджуваних сторінок



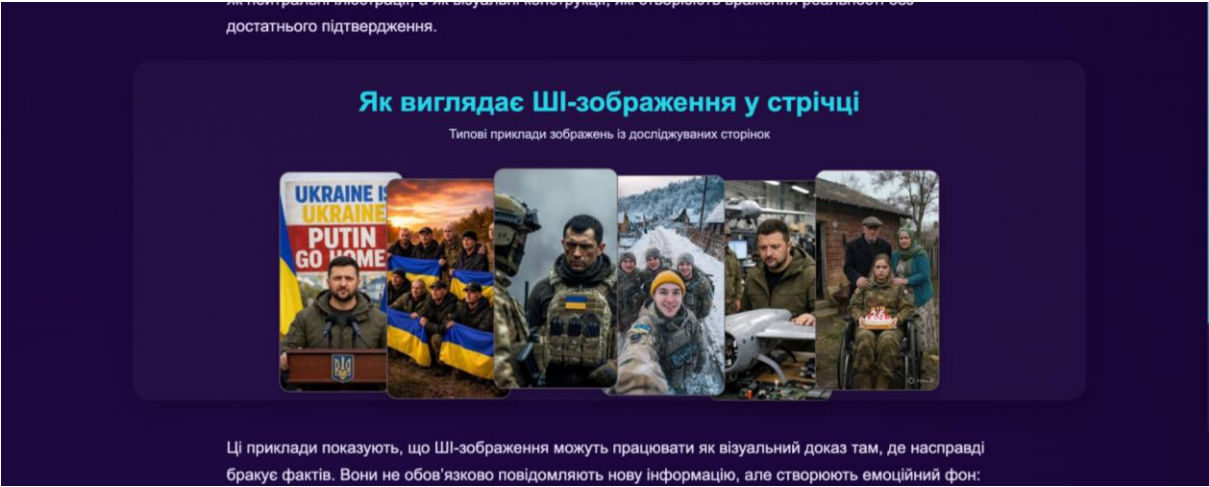
```

<section class="video-section reveal-on-scroll">
  <h2 class="video-title">Як виглядає ШІ-контент у стрічці</h2>
  <p class="video-subtitle">Добірка типових роликів із досліджуваних сторінок</p>
  <div class="video-strip">
    <video class="feed-video" controls muted playsinline>
      <source src="video1.mp4" type="video/mp4">
    </video>
    <video class="feed-video" controls muted playsinline>
      <source src="video2.mp4" type="video/mp4">
    </video>
    <video class="feed-video" controls muted playsinline>
      <source src="video3.mp4" type="video/mp4">
    </video>
    <video class="feed-video" controls muted playsinline>
      <source src="video4.mp4" type="video/mp4">
    </video>
  </div>
</section>

```

Додаток Е

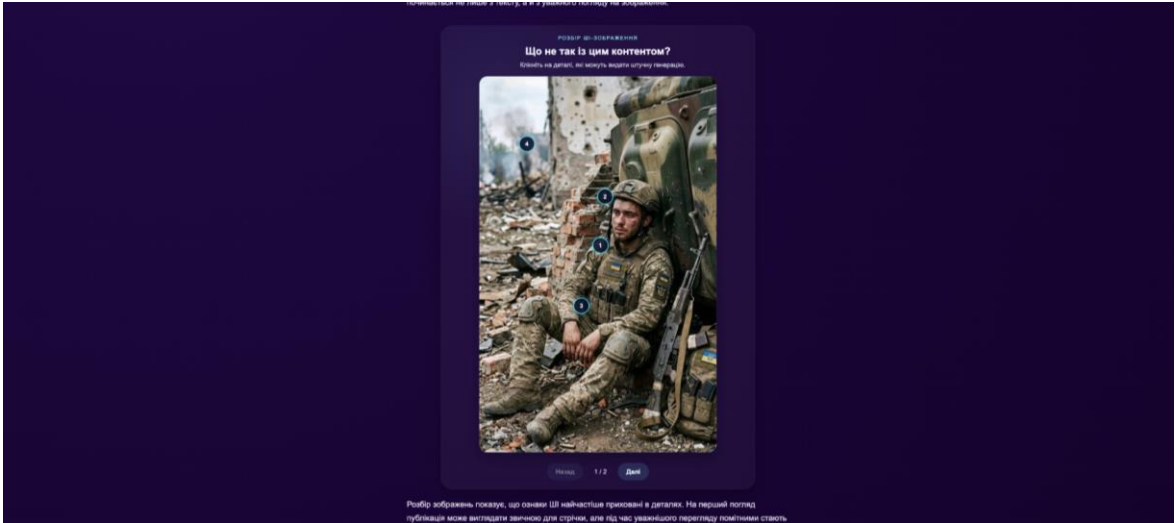
Типові приклади зображень із досліджуваних сторінок



```
<section class="photo-section reveal-on-scroll">
  <h2 class="photo-title">Як виглядає ШІ-зображення у стрічці</h2>
  <p class="photo-subtitle">Типові приклади зображень із досліджуваних сторінок</p>
  <div class="photo-grid">
    <figure class="photo-card">
      
    </figure>
    <figure class="photo-card">
      
    </figure>
    <figure class="photo-card">
      
    </figure>
    <figure class="photo-card">
      
    </figure>
    <figure class="photo-card">
      
    </figure>
    <figure class="photo-card">
      
    </figure>
  </div>
</section>
```

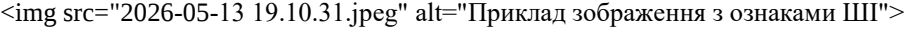
Додаток Ж

Візуалізація «Що не так із цим контентом?»



Що не так із цим контентом?

Клікніть на деталі, які можуть видати штучну генерацію.



1

2

3

4

Ознака 1

Спотворений напис

На бронезилеті видно напис, який схожий на ім'я «Олександр», але переданий із помилкою. Такі викривлені слова — одна з характерних ознак зображень, створених або змінених за допомогою ШІ.

Ознака 2

Надто постановочне обличчя

Обличчя виглядає реалістично, але водночас має неприродно драматичний вигляд: рівномірний бруд, виразна міміка й загальна «кінематографічність» кадру.