

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ"

Всеукраїнська науково-практична конференція

**«Медіаграмотність: нові технології та інструменти
протидії дезінформації в епоху штучного інтелекту»**

30 жовтня 2025

Національний університет «Одеська юридична академія»

Факультет журналістики

«Медіаграмотність: нові технології та інструменти протидії дезінформації в епоху штучного інтелекту»

Матеріали

Всеукраїнської науково-практичної конференції

(Одеса, Національний університет «Одеська юридична академія»,

30 жовтня 2025 року)

Одеса 2025

Відповідальний за випуск:

Скалацька Олена Віталіївна

– доктор філософських наук, професор, декан факультету журналістики

Національного університету «Одеська юридична академія»

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В.Колкутіна, упоряд. Ю.Грушевська]. Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія», 2025. 79 с.

Матеріали конференції присвячені визначенню перспективних напрямів досліджень медіаграмотності, журналістики й соціальних комунікацій.

Призначається для науковців і викладачів у галузі соціальних комунікацій, а також аспірантів, студентів і широкого кола читачів.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

© Національний університет

«Одеська юридична академія», 2025

ЗМІСТ

Архангельська Марія

МІЖНАРОДНА ПРОБЛЕМАТИКА ВИСВІТЛЕННЯ РОЛІ МОЛДОВИ ЯК
ЛОГІСТИЧНОГО ХАБУ У МЕДІАПРОСТОРІ ПІД ЧАС ВІЙНИ В
УКРАЇНІ..... 7

Агєєва Анна

ГЕНЕРАТИВНИЙ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ВІЗУАЛЬНІЙ РЕКЛАМІ:
НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МЕДІА 11

Грушевська Юлія

КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ Й МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ОСНОВНІ
НАВИЧКИ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ СФЕРИ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
..... 15

Зачепа Олександра

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У КРИМІНАЛЬНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ:
ШВИДКІСТЬ, АНАЛІТИКА ТА РИЗИКИ ПОМИЛОК..... 18

Іванов Валерій, Іванова Тетяна, Єфремова Оксана

ІНТЕРАКТИВНИЙ КЕЙС "КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДЕТЕКТИВ"
ВИКЛАДАННЯ ТЕМИ "КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ" ДЛЯ
СТУДЕНТІВ КОМУНІКАЦІЙНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ 22

Колкутіна Вікторія

СТОРИТЕЛІНГ ЯК СОЦІОКОМУНІКАТИВНЕ ЯВИЩЕ 28

Кузьмін Юрій

РОЗВИТОК ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПЕРЕДОВИХ ЕКОНОМІКАХ
СВІТУ 32

Лепетуха Марія

ПРАКТИКИ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ
СЕРЕДОВИЩІ: ФАКТЧЕКІНГ, ВЕРИФІКАЦІЯ ТА КОГНІТИВНА
ГІГІЄНА

Літвінчук Ірина

ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКА У СВІТІ ПОСТПРАВДИ: ПЕРЕВІРКА
ФАКТІВ І ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕДІА 38

Літвінчук Ірина

ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКА У СВІТІ ПОСТПРАВДИ: ПЕРЕВІРКА ФАКТІВ І ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕДІА

Розкрито особливості тревел-журналістики в контексті постправди, виявлено ризики дезінформації та запропоновано методи перевірки фактів. Проаналізовано традиційні і цифрові медіа, соціальні мережі та онлайн-блоги, показано вплив емоційних наративів і стереотипів. Надано рекомендації щодо фактчекінгу та дотримання етичних стандартів журналістів.

Ключові слова: тревел-журналістика, постправда, медіа, фактчекінг, дезінформація, етичні стандарти, соціальні мережі.

The features of travel journalism in the context of post-truth are revealed, the risks of disinformation are identified and methods of fact-checking are proposed. Traditional and digital media, social networks and online blogs are analyzed, the influence of emotional narratives and stereotypes is shown. Recommendations are given for fact-checking and compliance with ethical standards of journalists.

Keywords: travel journalism, post-truth, media, fact-checking, disinformation, ethical standards, social networks.

У сучасному світі журналістика переживає глибокі трансформації під впливом цифрових технологій, глобалізації та соціальних мереж. Одним із напрямів, який останнім часом набув значного розвитку, є тревел-журналістика - жанр, що поєднує інформаційні, культурні та розважальні функції та формує уявлення аудиторії про різні країни, культури та регіони. У той же час поширення феномену постправди, тобто ситуацій, коли емоції та суб'єктивні переконання переважають над фактами, створює нові виклики для тревел-журналістики.

Проблематика постправди особливо актуальна у сфері міжнародних подорожей, де аудиторія часто не має власного досвіду країн та регіонів і спирається на інформацію, представлену медіа. Неправдиві або перебільшені

матеріали можуть формувати стереотипи, спотворювати культурні реалії та сприяти поширенню дезінформації. Тому актуальним завданням стає інтеграція практик фактчекінгу, перевірки джерел та професійної етики у виробництво тревел-контенту.

Тревел-журналістика поєднує репортажі, інтерв'ю, культурні огляди та туристичні поради у друкованих статтях, блогах, відео та подкастах, виконуючи інформаційну, культурну, соціальну та розважальну функції через об'єктивні дані, знайомство з традиціями та емоційний контент.

Особливістю тревел-журналістики є висока вразливість до суб'єктивності та перебільшень. Автори часто прагнуть зробити контент більш привабливим, що іноді призводить до спотворення фактів або поширення міфів про країни та регіони.

Концепція постправди означає, що громадська думка дедалі більше формується емоціями, а не фактами. У медіа це проявляється через вибіркове подання даних, візуальні маніпуляції та алгоритмічне підсилення емоційного контенту в соцмережах. У тревел-журналістиці це створює «туристичні ілюзії» та стереотипне висвітлення культур, що може негативно впливати на міжнародну репутацію.

Дезінформація у тревел-журналістиці проявляється у фактичних неточностях, стереотипізації культур, маніпуляції емоціями та прихованому комерційному впливі. Такі ризики підкреслюють важливість дотримання професійних стандартів і перевірки інформації.

Фактчекінг у тревел-журналістиці включає перевірку географічних і культурних даних через офіційні ресурси, наукові джерела та консультації місцевих експертів. Також важливо верифікувати фотографії та відео, перевіряти їхні дати й авторство, а матеріали, пов'язані зі спонсорством, маркувати етично та відкрито. Крім того, контекстуалізація інформації з урахуванням культурних і соціальних особливостей допомагає уникнути стереотипів і підвищує довіру аудиторії.

Тревел-контент у різних медіа часто поширюється без достатньої перевірки фактів, що може призводити до поширення неточної або перебільшеної інформації про країни та регіони. Це стосується як онлайн-блогів, так і друкованих видань та відеоканалів, де іноді ігноруються культурні та соціальні особливості. Застосування фактчекінгу, експертних коментарів та контекстуалізації матеріалів допомагає зменшити ризики дезінформації та формування хибних уявлень у аудиторії.

Для мінімізації впливу постправди та дезінформації тревел-журналісти повинні дотримуватися принципів об'єктивності та точності, надаючи перевірену інформацію та уникаючи перебільшень. Важливо також забезпечувати прозорість джерел фінансування, поважати культурні особливості та уникати стереотипів, а матеріали подавати так, щоб не маніпулювати емоціями та страхом аудиторії. Дотримання цих етичних норм дозволяє журналістам виконувати інформаційну та культурну функцію без шкоди для читачів і глядачів.

Для українських медіа важливо інтегрувати фактчекінг у редакційні процеси, навчати журналістів етичним стандартам, співпрацювати з експертами та створювати гіді для аудиторії. Ці заходи сприяють формуванню відповідальної тревел-журналістики та підвищенню довіри до медіа.

Тревел-журналістика у світі постправди стикається з дезінформацією, емоційними маніпуляціями та стереотипами. Подолати ці проблеми допомагають фактчекінг, етичні стандарти та контекстуалізація інформації. Відповідальна журналістика формує об'єктивне уявлення про світ і підвищує довіру аудиторії.

Література

1. Бунєєва К. Фейк у контексті комунікативних практик. Гуманітарний корпус. 2022. № 43. С. 39-42.
2. Коркос Я., Епоха постправди у сучасному світі: витоки та причини., Слобожанський науковий вісник. Серія Психологія, випуск 1, 2023. С.23-31.

3. Кривка Е. Т. Сучасний тревел-медіатекст в українському інфопросторі: тематика, формат, контент. дис.доктор філософ. зі спец. 061 «Журналістика». Суми : СумДУ, 2022. 220 с.