

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-489-4-7>

**STUDENT AUDIO PODCAST AS AN EFFECTIVE FORMAT  
FOR COUNTERING DISINFORMATION IN THE CONDITIONS  
OF A FULL-SCALE RUSSIAN INVASION OF UKRAINE**

**СТУДЕНТСЬКИЙ АУДІОПОДКАСТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ  
ФОРМАТ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УМОВАХ  
ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ В УКРАЇНУ**

**Skurtul H. S.**

*Candidate of Philological Sciences,  
Associate Professor at the Department  
of journalism  
National University "Zaporizhzhia  
Polytechnic"*

**Скуртул Г. С.**

*кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри журналістики  
Національний університет  
«Запорізька політехніка»*

**Nosok O. O.**

*Student of the 1st year of the master's  
degree at the Faculty of Social Sciences  
National University "Zaporizhzhia  
Polytechnic"  
Zaporizhia, Ukraine*

**Носок О. О.**

*студент I курсу магістратури  
факультету соціальних наук  
Національний університет  
«Запорізька політехніка»  
м. Запоріжжя, Україна*

В умовах повномасштабної війни Росії проти України дезінформаційна кампанія набрала надзвичайного масштабу. Ворожа пропаганда активно використовує ЗМІ, соціальні мережі, месенджери й інші платформи для впливу на суспільство як в Україні, так і за її межами. Студентство, як активна прогресивна частина суспільства, здатна ефективно протистояти дезінформації, використовуючи сучасні медіаформати, зокрема, аудіоподкасти.

Подкасти як медіапродукт, їхня жанрова природа й особливості функціонування під час геноцидальної війни в Україні неодноразово ставали об'єктом уваги таких науковців, як Т. Булах, О. Дмитровського, О. Кирилової, Г. Скуртул. Однак спеціальної розвідки про ефективність використання студентського аудіоподкасту як засобу протидії російській дезінформації ще немає, чим і зумовлена актуальність дослідження.

Зростання кількості слухачів українських аудіоподкастів хронологічно збігається із загостренням необхідності в боротьбі з дезінформацією. Це призвело до появи та розвитку аудіопроєктів, спрямованих на викриття ворожих нарративів саме в цей період. Серед таких аудіопродуктів: «На старт. Увага. Медіа!» (ЦЕДЕМ), «Медіуми», «Русській

фейк, іді на\*\*\*!» і його продовження «Русській фейк: стукіт з дна» (Детектор медіа/Українське радіо), «ППО. Протипанічна оборона» (Радіо Культура), «По факту: Розкриваємо брехню на Громадському радіо», «Здоровий глузд: шукаємо разом з Громадським радіо» (Громадське радіо), «Пост правди» (Куншт), «Анатомія пропаганди» (NEED science & education), «FAQ: U Ukraine explained» (Свідомі), Маніпулятори (Radio NV). Усе це свідчить про затребуваність подібних аудіоподкастів на медіаринку та їхню популярність серед слухацької аудиторії.

Варто зазначити, що протидія дезінформації має виходити за межі простої верифікації фактів і розвінчання фейків. За результатами кількісного дослідження «Індексу медіаграмотності української аудиторії» [2], яке щорічно проводиться громадською організацією «Детектор медіа», на другий рік повномасштабної війни високий рівень медіаграмотності мають лише 14% населення. Водночас частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника знизилася з 81% до 76%. Така динаміка свідчить про те, що значна частина українців не володіє компетенціями, необхідними для критичного аналізу та оцінки інформаційних повідомлень. Велика частка користувачів схильна споживати неякісний медіаконтент, що робить реципієнтів вразливими до інформаційних впливів. В умовах воєнного стану це становить загрозу для національної безпеки держави.

На нашу думку, ефективна протидія ворожій інформаційній війні повинна передбачати додаткові завдання, а саме підвищення рівня медіаграмотності населення та надання українцям необхідних знань для самостійного виявлення та протистояння інформаційно-психологічним операціям. Важливо, щоб громадяни України були обізнаними щодо загроз і методів, які може використовувати ворог.

З урахуванням наявних потреб та вимог інформаційного простору було розроблено концепцію нового просвітницького подкасту про медіаграмотність та інформаційну гігієну – «Ніде правди діти» [3]. Мета проєкту – поглибити знання про генезу медіаграмотності, дати розуміння медіаконтенту й варіантів його використання; акцентувати на основних поняттях сучасної медіаосвіти, популяризувати важливість критичної оцінки інформації та інформаційних джерел (та першоджерел) під час повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Одним із перших завдань, які постали на початку розробки проєкту, було придумати його назву. Наймінг подкасту відіграє важливу роль у його впізнаваності, оскільки кожен продукт знаходять, асоціюють та запам'ятовують насамперед за його назвою. Для авторського студентського аудіопроекту обрану назву, що містить згадку про правду або брехню, щоб користувачі, які вперше почують/прочитають опис

подкасту, одразу могли зорієнтуватися, про що він, зрозуміти його тему. У назві подкасту було використано фразеологізм «Ніде правди діти», який вживається для підкреслення істинності сказаного. На нашу думку, ця назва чітко відображає тематику та зміст аудіопродукту. Водночас завдяки усталеній, неподільній, цілісній конструкції цей фразеологізм легко запам'ятати і відтворити.

Ідею використання прислів'їв та приказок також реалізовано в назвах епізодів. У першому сезоні використані такі прислів'я та приказки: «Хліб-сіль їж, а правду завжди слухай», «Довіряй, та перевіряй», «Людей питай, а свій розум май», «Чого очі не бачать, за тим і не плачуть», «Одна збрехала, друга не розібрала, третя по-своєму перебрехала», «Марєво пророче увесь світ мороче», «Силу той має, хто правду мовляє».

Деякі прислів'я перероблювалися відповідно до теми випусків, як-от «Не медіаграмотним жити – сльози лити» («сиротою жити – сльози лити») (про емоційну маніпуляції в медіапросторі) та «Штучним інтелектом грався – біди набрався» («сірниками грався – біди набрався») (про можливості та ризики штучного інтелекту).

На нашу думку, використання дидактичних коротких народних висловів є особливо доцільним у просвітницькому подкасті. Прислів'я та приказки зберігають у собі знання та мудрість попередніх поколінь; лаконічно та влучно передають істини та моральні настанови. Отже, це робить їх ефективним інструментом для донесення повчальної думки слухачам подкасту. До того ж це є «фішкою» подкасту, що вирізняє його з-поміж інших проєктів.

Цільова аудиторія проєкту – учні та вчителі середніх шкіл, ліцеїв, гімназій, студенти університетів, люди старшого віку, внутрішньо переміщені особи – усі ті, хто бажають покращити свої навички критичного мислення та аналізу інформації, аби в підсумку стати свідомими споживачами медіаконтенту. Завдяки доступності Інтернету подкаст не обмежується географічно, слухачами можуть бути користувачі мережі з усіх куточків України та за її межами. Проєкт «Ніде правди діти» має два сезони. У першому – трейлер і 10 випусків, у другому – трейлер і 15 випусків. Хронометраж епізодів від 8 до 17 хвилин.

У першому сезоні автори знайомили слухачів із темою медіаграмотності, розповідали про найгучніші фейки в історії, «інсайдерську» та «ексклюзивну» інформацію в анонімних телеграм-каналах, псевдо-експертів, інформаційну ізоляцію, емоційні маніпуляції, астрологів і штучний інтелект. У другому сезоні студенти поглиблювали знання слухачів у темі. Зокрема, команда підготувала випуски про медіа-детокс, інформаційно-психологічні операції в екологічній сфері,

найтиражованіші фейки початку повномасштабного вторгнення, інтернет-тролів та ботів, важливість медіаграмотності для людей старшого віку, кібершахрайство. Також, крім загальних тем, присвячених різним аспектам медіаграмотності, автори підготували й тематичні випуски, приурочені до календарних дат, як-от епізод про новорічну пропаганду (S2. E1.) та випуск про фейки й міфи Другої світової війни (S2. E8.). Зауважимо, що випуски другого сезону стали тривалішими за хронометражем. Збільшилася і кількість запрошених експертів, порівняно з першим сезоном. Усе це дозволило авторам більш детально розкрити вже згадані теми і зробити випуски інформативнішими.

Залучення експертів до коментування тем також є складовою концепції подкасту. Майже кожен епізод включає фахівців різних галузей: істориків, психологів, медіатренерів – що дозволяє аудиторії отримувати достовірні та перевірені дані, а також бачити різні ракурси певної події чи проблеми.

Важливим у концепції подкасту є звукове обрамлення. Ретельно продуманий саунддизайн допомагає створити загальну атмосферу подкасту, встановити відповідний тон і настрій, необхідні для сприйняття змісту. Використання звукових ефектів та музики також є своєрідною візитівкою подкасту, за якою слухачі можуть його ідентифікувати. Оскільки тематика аудіопроекту «Ніде правди діти» пов'язана з інформацією та інформаційним простором, базовими звуками в подкасті є цифрові перебивки, що імітують звуки глітч (короткочасного порушення роботи комп'ютерної системи), звук натискання на кнопку комп'ютерної мишки, звуки клавіш клавіатури тощо. За допомогою таких звукових образів у слухачів виникають асоціації із перебуванням у цифровому просторі. Основна музична підложка подкасту має легкий брейкбіт, що створює невимушену та розслаблену атмосферу.

Отже, ідейна концепція студентського подкасту «Ніде правди діти» про медіаграмотність та інформаційну гігієну підкріплена змістовно й аудіально. Єдність елементів формує оригінальний просвітницький аудіопродукт, який вирізняється з інших представлених на ринку у схожій тематиці. Студенти, як автори та ведучі подкасту, мають безпосередній зв'язок із цільовою аудиторією, що дозволяє робити контент більш зрозумілим, доступним та привабливим для слухачів. Використання гумору, інтерактивних елементів, залучення слухачів до обговорення в коментарях робить інформаційний вплив аудіоформату більш ефективним.

У подальшому вбачаємо мовжливим розширювати діяльність студентських подкастів, залучаючи ширше коло експертів, створюючи

мультимедійний контент для кращої взаємодії з аудиторією та підтримуючи партнерство з іншими інформаційними проєктами для підвищення ефективності інформаційної боротьби.

### Література:

1. Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі. *ADSIDER*. URL: <https://adsider.com/ua/postlukhay-mene-yak-rozvyvaietsia-rynok-podkativ-v-ukraini-ta-sviti> (дата звернення: 25.09.2024).
2. Індекс медіаграмотності українців 2020–2023 (четверта хвиля). *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/225738/2024-04-22-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202023-chetverta-khvylya/> (дата звернення: 25.09.2024).
3. Ніде правди діти : подкаст. URL: <https://www.youtube.com/@nidepravdydity> (дата звернення: 25.09.2024).
4. Ньюзум Е. Гучніше! Як створювати круті подкасти. Харків : Віват, 2022. 336 с.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-489-4-8>

## THE ROLE OF THE MEDIA IN THE COVERAGE OF MILITARY CONFLICTS: IMPACT ON SOCIETY

### РОЛЬ МЕДІА У ВИСВІТЛЕННІ ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ: ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО

**Ulybin V. A.**

*Lecturer at the Department of  
Journalism and New Media  
Boris Hrinchenko Kyiv Metropolitan  
University  
Kyiv, Ukraine*

**Улибін В. А.**

*викладач кафедри журналістики та  
нових медіа  
столичний університет імені Бориса  
Грінченка  
м. Київ, Україна*

За умови військових конфліктів, роль засобів масової інформації набуває особливого значення. Враховуючи те, що під час війни фактично відсутні організації громадянського суспільства, які могли б контролювати органи влади та збройні сили, журналісти стають головним та чи не єдиним джерелом неупередженої та об'єктивної інформації.