



**Co-funded by
the European Union**

**АКТИВУЮЧИЙ СЦЕНАРІЙ УРОКУ
розроблений в рамках проєкту
„ІННОВАЦІЇ В ШКІЛЬНІЙ ОСВІТІ”**

Тема:

**Як виникають фейкові новини і хто їх створює? За
лаштунками маніпуляцій
(Аналіз намірів – політичних, економічних, ідеологічних – та
механізмів створення фейкових новин)**

1. Цілі уроку

Учень:

- розуміє, хто і чому створює фейкові новини,
- може вказати мотиви (політичні, фінансові, ідеологічні) дезінформації,
- розпізнає механізми маніпуляції у процесі створення неправдивого контенту,
- знає типові стратегії поширення дезінформації,
- розвиває критичне мислення та аналізує джерела інформації.

2. Цільова група

Учні початкових шкіл

3. Методи навчання

- Мозковий штурм
- Міні-лекція з презентацією
- Робота в групах
- Аналіз випадків
- Керована дискусія
- Індивідуальна рефлексія

4. Навчальні матеріали / джерела

- Проектор / інтерактивна дошка
- Картки з описами сценаріїв створення фейкових новин
- Інфографіка: «Хто створює фейкові новини і чому?»
- Приклади дезінформаційних кампаній (спрощені описи)

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

- Фліпчарт + маркери
- Платформи з перевірки фактів (Demagog.org.pl, EUvsDisinfo.eu)

5. Хід уроку (тривалість: 45 хвилин)

1. Вступ – Хто створює фейкові новини і навіщо? (5 хв)

Форма: мозковий штурм

Запитання для введення в тему:

- Хто, на вашу думку, може створювати фейкові новини?
- Чому хтось мав би хотіти поширювати неправду?
- Чи всі фейки з'являються «заради жарту»?

Пояснення вчителя:

Фейкові новини не виникають випадково. Це не просто помилки чи безневинні жарти. Дуже часто їх створюють навмисно, з конкретною метою і за продуманим планом. За їх появою стоять люди, групи, а іноді навіть цілі організації, які хочуть вплинути на аудиторію – на її емоції, мислення, рішення або поведінку.

Творці фейкових новин зазвичай мають певний інтерес – політичний, фінансовий або ідеологічний. Йдеться не тільки про «створення шуму» – йдеться про досягнення вигоди за рахунок правди й чесності інформації.

Приклади намірів творців фейкових новин:

• Політичні:

Бажання отримати владу, послабити опонентів, викликати страх перед конкретною групою людей (наприклад, мігрантами, політиками, міжнародними організаціями).

Приклад: перед виборами хтось публікує неправдиву інформацію, що очорнює одного з кандидатів.

• Економічні (заробіткові):

Інтернет-портали заробляють на кліках. Чим сенсаційніша новина – тим більше людей її поділиться, прочитає й натисне, що означає більше грошей з реклами.

Приклад: вигадана стаття про «новий чудодійний препарат» з посиланням на магазин харчових добавок.

• Ідеологічні або світоглядні:

Деякі фейки поширюються, щоб пропагувати певні релігійні, націоналістичні, антинаукові або конспірологічні переконання.

Приклад: дезінформація про «глобальну змову лікарів», яка підриває довіру до вакцинації.

• Пропагандистські та дестабілізуючі:

Іноді фейки створюються закордонними «фабриками тролів» або урядами інших

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

держав, щоб сіяти хаос, недовіру і соціальні конфлікти в країні.

Приклад: повідомлення, що підривають чесність виборів і посилюють суспільні поділи.

• **Провокаційні або «заради забави»:**

Буває, що люди створюють фейки для «жарту», провокації або щоб перевірити, наскільки легко інші поведуться. Хоча іноді це починається як «мем» чи «жарт», але може швидко поширитися і завдати реальної шкоди.

Механізм дії фейкової новини (у спрощенні):

1. Вигаданий або спотворений зміст – часто з сильним емоційним зарядом.
2. Привабливий заголовок – сенсація, шок, загроза, теорія змови.
3. Відсутність джерел або «фальшивий авторитет» – наприклад, вигаданий експерт, неіснуючий звіт.
4. Швидке поширення – через соцмережі, дискусійні групи, ланцюжкові повідомлення.
5. Емоційний та пізнавальний ефект – аудиторія реагує емоційно, поширює без перевірки.

Чому це працює?

Бо фейки апелюють до емоцій, а не до фактів. Чим більше ми відчуваємо (страху, гніву, захоплення), тим менше аналізуємо. Творці фейкових новин добре це знають – і саме цим користуються.

2. Визначення та приклади (10 хв)

1. Фейкова новина (Fake news)

Неправдива новина, створена так, щоб виглядати як справжня інформація — наприклад, стаття, допис у соцмережах, фото чи відео.

Мета фейкової новини — ввести отримувача в оману, викликати емоції (наприклад, страх, злість) або схилити до дії — натиснути, поділитися чи змінити погляди.

Приклад: Стаття про те, що «з 2026 року ЄС забороняє паперові книги» — цілком неправдива інформація, яка має викликати занепокоєння.

2. Дезінформація

Ширше явище, ніж фейкові новини. Це навмисне поширення неправдивої, спотвореної чи неповної інформації таким чином, щоб викликати конкретний ефект — заплутати, викликати хаос, посварити людей чи знищити чиюсь репутацію.

Приклад: Справжнє фото протесту в іншій країні підписане як «заворушення у Варшаві» — виглядає правдоподібно, але є брехнею.

3. Пропаганда

Медійне або політичне повідомлення, спеціально підготовлене для переконання

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

людей у певних ідеях, поглядах чи щодо певної особи. У пропаганді часто замовчуються незручні факти або реальність подається однобічно.

Приклад: Під час війни пропаганда може представляти противника як абсолютно поганого, а «наших» — як ідеальних.

4. Інтернет-троль (троль)

Особа, яка спеціально пише провокаційні, образливі чи оманливі коментарі лише для того, щоб викликати емоційну реакцію (злість, сварку). Тролінг може бути також формою дезінформації.

Приклад: Хтось під статтею про вакцинацію пише: «Це все брехня, нас хочуть чіпувати!» — без доказів, лише щоб викликати суперечку.

5. Фабрика тролів

Організована група людей (іноді фінансована державою або компанією), яка масово створює та поширює фейки, коментарі й меми. Мета — впливати на вибори, громадську думку або сіяти хаос в інших країнах.

Приклад: Група людей у офісі щодня поширює тисячі коментарів, які підривають довіру до науки чи уряду.

6. Інтернет-бот

Комп'ютерна програма, яка автоматично виконує дії в інтернеті — пише коментарі, ставить лайки, поширює дописи. Виглядає як справжня людина, але нею не є. Боти часто використовуються для масового поширення фейків.

Приклад: У Twitter одночасно з 300 акаунтів з'являється пост: «Новий препарат приховують корпорації!» — це робота ботів.

7. Маніпуляція інформацією

Подання інформації так, щоб вона впливала на отримувача в певний спосіб — часто без повної правди. Це може бути замовчування важливих фактів, використання емоцій або показ лише однієї сторони.

Приклад: Фото порожніх полиць у магазині як «доказ» кризи, хоча воно зроблене перед святами.

8. Клікабельність (Clicks)

Кількість натискань на певний контент (статтю, відео). Чим більше кліків, тим більше грошей від реклами заробляє автор. Через це деякі навмисно створюють фейки.

Приклад: Сайт публікує сенсаційні заголовки «Новий спосіб лікування раку! Лікарі проти!» — щоб люди натискали і переглядали рекламу.

9. Сенсаційний заголовок / клікбейт

Перебільшений, емоційний заголовок, який має «зацепити» і змусити натиснути — часто не відповідає змісту статті. Може бути початком фейку.

Приклад: «Шок! Подивіться, що зробив цей учитель на уроці!» — а йшлося лише про фізичний експеримент.

10. Ідеологія

Сукупність переконань і цінностей, які визначають, як людина бачить світ (політичні, релігійні, соціальні погляди). Деякі фейки створюють, щоб зміцнити одну ідеологію або атакувати іншу.

Приклад: Фейк «усі вакцини — це гріх» може бути спробою нав'язати конкретну ідеологію.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

11. Ефект емоцій (емоційна маніпуляція)

Фейки часто працюють тому, що викликають сильні емоції — гнів, страх, співчуття чи обурення. Коли нас щось сильно зачіпає, ми менш критичні й швидше поширюємо.

Приклад: Картинка з дитиною, що плаче, з підписом «Уряд забирає у дітей канікули!» — навіть якщо це неправда.

3. Групова вправа: Хто і навіщо це зробив?

Тривалість: 15–20 хвилин

Форма: робота в групах по 3–5 осіб

Мета вправи:

- зрозуміти, що фейки створюють навмисно,
- розпізнавати наміри творців (політичні, економічні, ідеологічні),
- розвивати вміння аналізувати, робити висновки й аргументувати.

Хід вправи – інструкція для вчителя:

- Поділіть клас на 4–6 груп по 3–5 осіб.
- Роздайте кожній групі одну або дві картки з прикладом спрощеної неправдивої інформації.

Завдання групи:

1. Уважно прочитайте опис фейку.
2. Дайте відповіді на три запитання:
 - Хто міг це створити?
 - Навіщо це зробив?
 - Який механізм маніпуляції використав?

Допомога для учнів:

Учитель може виписати на дошці допоміжні питання у трьох колонках:

- **ХТО?** (троль, бот, власник порталу, група інтересів...)
- **НАВІЩО?** (для прибутку, політичного впливу, ідеології, хаосу...)
- **ЯК?** (сильні емоції, сенсація, клікбейт, відсутність джерел...)

Презентація:

Кожна група представляє свій аналіз у короткій (1–2 хв) доповіді.

Приклади карток з фейками для аналізу

Картка 1

Заголовок: «Польський уряд планує заборонити домашнє випікання хліба – бо це

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

забирає енергію з мережі!»

Опис: Чутка, що поширюється в соцмережах. Немає жодного джерела. До поста додано фото «проекту закону», яке виявилось підробкою.

Мета: висміяти владу, викликати недовіру

Механізм: дезінформація + емоції + відсутність джерела

Картка 2

Заголовок: «Новий чудодійний препарат від раку – ефективність 100%, приховуваний фармкорпораціями»

Опис: Стаття з порталу, повного реклами добавок. «Експерт» цитований без прізвища, жодних наукових джерел.

Мета: фінансовий зиск, викликати надію та віру в змови

Механізм: клікбейт, фальшивий авторитет, гра на емоціях

Картка 3

Заголовок: «Іммігранти із Сирії отримують безкоштовні будинки – а ми нічого!»

Опис: Мем-картинка, що поширюється в інтернеті. Жодних посилань чи джерел. Часто поширюється в локальних групах.

Мета: поляризація, викликати злість і суспільний поділ

Механізм: перебільшення, абсурд, гра на емоціях

Картка 4

Заголовок: «ЄС забороняє утримання собак у містах – новий регламент з 2026 року!»

Опис: Графіка з логотипом ЄС і підписом. При натисканні веде на сайт із рекламою.

Мета: викликати неприязнь до ЄС, використати емоції власників тварин

Механізм: маніпуляція символами, дезінформація

Картка 5

Заголовок: «Відомий актор зізнався: “Земля пласка!” – дивіться відео»

Опис: Відео, згенероване штучним інтелектом (deepfake). Актор цього ніколи не говорив.

Мета: маніпуляція, дезінформація, поширення теорій змови

Механізм: дипфейк, фальшиве джерело, ефект авторитету

Картка 6

Заголовок: «Заражений хліб із супермаркету – 14 людей у лікарні!»

Опис: Пост у місцевій групі. Неперевірена інформація, яку спростували санітарні служби.

Мета: сіяти паніку, локальна дезінформація

Механізм: страх, фальшиві тривоги, відсутність джерел

Питання для учнів:

- Чи звучить інформація правдоподібно?
- Які емоції може викликати ця новина?
- Хто може виграти від того, що люди в це повірять?

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

- Чи вказані джерела? Чи вони надійні?
- Які техніки могли бути використані для переконання?

Додаткові підсумкові активності (опційно):

- **Рейтинг:** Який фейк здається найбільш небезпечним? Чому?
- **Таблиця висновків:** Групи записують відповіді у таблицю на дошці (колонки: Хто / Навіщо / Як).
- **Класне голосування:** Найбільш переконливий фейк (той, у який найлегше повірити).

4. Дискусія – Як розпізнати маніпуляцію? (8 хв)

Тривалість: близько 8 хвилин

Форма: керована розмова (на форумі класу або в колі)

Мета дискусії:

- усвідомити, що маніпуляція інформацією часто діє непомітно, але має реальні наслідки,
- розвивати здатність до рефлексії, постановки запитань, розпізнавання емоцій і аналізу намірів автора,
- відрізняти факти від думок і оцінювати зміст у контексті джерела та мови повідомлення.

Хід та поради для вчителя:

- Запросіть учнів до розмови – можна розсадити в колі, щоб усі почувалися рівними.
- Заохочуйте вільно висловлюватись – не оцінюйте відповідей як «правильні/неправильні», а ставте уточнюючі запитання: «Що маєш на увазі?», «Чому так думаєш?», «Хтось вважає інакше?».
- Записуйте цікаві думки учнів на дошці або фліпчарті під рубриками: *Емоції, Набір, Сигнали-попередження, Факти чи думки.*
- Якщо дискусія стихає – дайте приклад для аналізу: «Уявіть, що бачите заголовок: “Шок! У школах спеціально заражають дітей!” – що відчуваєте? Що вас насторожує?»

Приклади запитань (з коментарями):

1. **Які емоції найчастіше супроводжують фейки?**
 - Які почуття з’являються, коли бачите сенсаційні новини?
 - Чи хочеться відразу поділитися з кимось? Чому?
 - Коментар:* фейки часто викликають страх, гнів, здивування, співчуття чи відчуття несправедливості – саме емоції змушують поширювати без перевірки. Сильна емоція = сигнал небезпеки.
2. **Як маніпуляція може вплинути на наші рішення чи поведінку?**
 - Чи траплялось вам вірити у щось, що потім виявилось брехнею?

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

– Які наслідки можуть мати фейки, що викликають масові емоції?

Коментар: маніпуляція веде до поспішних рішень (покупка, підписання петиції, поширення), а також до закріплення хибних переконань і ворожості.

3. Як розпізнати, що інформацію створено з певною метою?

– Що може показувати, що хтось хоче на нас вплинути?

– Чи всі тексти виникають «об’єктивно», чи завжди є мотив?

Коментар: ознаки – відсутність джерел, емоційна мова, однобічність, тези типу «приховують правду».

4. Чи кожна контрверсійна інформація — це фейк?

– Чи кожна новина, яка злить, обов’язково неправдива?

– Як відрізнити неприємну правду від сенсації?

Коментар: не всі контрверсії — дезінформація. Справжні новини теж можуть бути важкими. Ключове: факти, джерела, перевірюваність.

5. Як відрізнити факти від думок?

– Чи можете навести приклад факту і думки?

– «Уряд діє жахливо!» — це факт чи думка? А «Уряд підняв податки на 4%»?

Коментар: факт перевіряється (дані, подія), думка — це оцінка. Фейки часто змішують факт і емоційну оцінку.

6. Підсумок і рефлексія (7–10 хв)

Форма: індивідуальна робота + спільне підбиття підсумків

Мета:

- спонукати учнів до особистих висновків,
- закріпити знання через власну рефлексію,
- зміцнити критичне мислення та відповідальність у мережі.

Інструкція для вчителя:

- Роздайте аркуші або попросіть відкрити зошити.
- Поясніть: кожен самостійно підсумує урок короткою фразою.
- Запропонуйте завершити одне чи кілька речень (запишіть на дошці):

Речення для завершення:

- «Мене здивувало, що фейки можуть створювати...»
- «Відтепер більше звертатиму увагу на...»
- «Найнебезпечніша мета фейків — це...»
- «Я зрозумів/зрозуміла, що маніпуляція — це не лише брехня, а й...»
- «У майбутньому перед тим, як поширити, я перевірю...»
- «Емоції під час читання новин можуть впливати на...»
- «Я не думав/не думала, що хтось може заробляти на...»
- «Хотів/хотіла б, щоб більше людей знали, що...»
- «Фейки небезпечні, бо можуть призвести до...»
- «Сьогодні я навчився/навчилася, що варто ставити запитання...»

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



Co-funded by the European Union

Можливі варіанти рефлексії:

- **Галерея на стіні:** учні пишуть на стікерах і клеять на плакат «Що я запам'ятаю з уроку?».
- **Карта мотивацій:** три категорії — *Влада / Гроші / Ідеологія*; учні додають приклади.
- **Анонімна рефлексія:** відповіді кидають у «скриньку рефлексій», учитель читає кілька вголос.
- **Усне підсумування вчителя:**
«Сьогодні ми побачили, що фейки — це не лише дивні історії з інтернету. За ними стоять люди, які хочуть керувати нашими емоціями, страхом, надією чи злістю. Ми вже вміємо розпізнавати, коли щось може бути маніпуляцією. Важливо не лише знати, а й зупинитись, перш ніж щось поширити чи повірити. Те, що ми вибираємо в інтернеті, має значення і для інших. А ми можемо впливати на те, якою буде наша цифрова реальність».

Словник понять: Fake newsy – twórcy, cele i mechanizmy

Pojęcie (PL)	Поняття (UA)	Definicja (UA)
Fake news	Фейкова новина	Неправдива або сфальшована інформація, що виглядає як справжня новина. Мета – ввести в оману чи викликати емоції.
Dezinformacja	Дезінформація	Навмисне поширення неправдивої чи маніпулятивної інформації для досягнення певного ефекту – хаосу, недовіри, впливу на думку.
Manipulacja	Маніпуляція	Свідомий вплив на мислення отримувача за допомогою емоцій, вибіркової інформації чи натяків, щоб досягти конкретної мети.
Propaganda	Пропаганда	Повідомлення для просування певної ідеї, особи або погляду, часто з використанням маніпуляцій чи замовчування фактів.
Clickbait	Клікбейт	Сенсаційний, перебільшений заголовок, який заохочує натиснути, часто не відповідає змісту статті.
Bot	Бот	Комп'ютерна програма, що автоматично публікує коментарі, лайкає чи поширює контент — виглядає як справжній користувач.
Troll internetowy	Інтернет-троль	Людина, яка спеціально публікує провокаційні чи неправдиві дописи, щоб викликати сильні реакції або хаос.
Fabryka trolli	Фабрика тролів	Організована група людей (часто оплачувана), яка масово створює і поширює дезінформацію в мережі.
Deepfake	Діпфейк	Фальшиве відео чи аудіо, створене за допомогою ШІ, яке показує те, чого насправді не було.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

Pojęcie (PL)	Поняття (UA)	Definicja (UA)
Efekt emocji	Ефект емоцій	Явище, коли сильні почуття (страх, гнів, захоплення) змушують вірити без перевірки.
Klikalność	Клікабельність	Кількість натискань на інтернет-контент. Чим більше кліків — тим більше заробітку для автора; стимулює створення фейків.
Ideologia	Ідеологія	Система поглядів і цінностей, за якими людина оцінює світ. Фейки можуть створюватися, щоб її просувати або нав'язувати.
Cel manipulacji	Мета маніпуляції	Причина створення фейку — влада, гроші, вплив на вибори чи суспільство.

Методичний посібник для вчителя

Тема уроку:

Як виникають фейкові новини і хто їх створює?

(Аналіз політичних, економічних та ідеологічних намірів і механізмів маніпуляції)

Загальні цілі уроку

- Розвивати медійну та інформаційну грамотність учнів.
- Формувати навички критичного мислення.
- Усвідомити, що фейки виникають із конкретних причин і намірів.
- Навчити розпізнавати механізми маніпуляції та дезінформації.

Основні питання уроку

- Хто є творцями фейків (окремі особи, групи, боти, фабрики тролів).
- Які можуть бути цілі: політичні, економічні, ідеологічні.
- Які техніки маніпуляції використовуються: клікбейт, гра на емоціях, дипфейк, фальшиві джерела.
- Як відрізнити достовірну інформацію від спотвореного контенту.

Адаптація до вікової групи

Учні цього віку ще не мають розвинених навичок фільтрування інформації, тому:

- не використовувати спеціалізованих термінів без пояснення (наприклад, «гібридна дезінформація»),
- наводити приклади з життя учнів (YouTube, TikTok, меми),
- показувати, що маніпуляція може бути «смішною» чи «сенсаційною», а не лише «страшною».

Методичні поради — як проводити урок

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

1. Вступ

- Почніть із відкритого питання: «Чи все, що виглядає професійно в інтернеті, є правдою?»
- Під час мозкового штурму не оцінюйте відповіді — запишіть усі асоціації на дошці, навіть несподівані.

2. Міні-лекція і визначення

- Поєднуйте теорію із запитаннями до учнів («Чому хтось міг би це зробити?»).
- Не лише зачитуйте визначення, а й показуйте ілюстрації чи реальні приклади фейків (заголовки, меми).

3. Робота в групах — «Хто і навіщо це зробив?»

- Роздайте групам картки з різними видами фейків (влада / гроші / ідеологія).
- Заохочуйте до дискусії в групі, щоб вони дійшли спільного висновку.
- Звертайте увагу, щоб учні визначали намір і механізм маніпуляції, а не лише «правда/брехня».

4. Керована дискусія

- Ставте відкриті та уточнюючі запитання: «Чи траплялося вам натрапити на щось, що виявилось неправдою?»
- Наголошуйте, що навіть дорослі піддаються фейкам — це не соромно, головне — навчитися розпізнавати.
- Не уникайте складніших тем (наприклад, ідеологія) — пояснюйте через нейтральні приклади.

5. Рефлексія і підсумок

- Завершіть урок запитанням: «Які питання варто собі поставити, перш ніж повірити інформації?»
- Попросіть учнів зробити коротку рефлексію (усну, письмову або у вигляді плаката / галереї думок).

Матеріали, які варто підготувати

- Картки з прикладами фейків (різні типи: текст, заголовок, мем, відео).
- Таблиця «сигналів небезпеки»: відсутність джерел, сильні емоції, шокуючі тези, однобічність.
- Шаблон для рефлексії: «Я зрозумів/зрозуміла, що...».
- Квіз / тест для закріплення знань (наприклад, Kahoot, Google Forms).
- Словник понять — як роздатковий матеріал або картка для роботи.

Можливі розширення / додаткові завдання

- **Класний проєкт:** створити плакат чи інфографіку «Як не піддатися маніпуляції в інтернеті».

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



Co-funded by the European Union

- **Домашнє завдання:** знайти приклад підозрілої інформації в мережі та проаналізувати її за трьома питаннями: *Хто? Навіщо? Як?*
- **Сценки:** розіграти ситуацію, коли хтось поширює фейк, а інші реагують.

Наукові та освітні джерела

Європейські та міжнародні

- **EDMO – European Digital Media Observatory**
<https://edmo.eu>
Європейська дослідницька платформа, що займається моніторингом дезінформації, медіаосвітою та підтримкою співпраці організацій з перевірки фактів.
- **EUvsDisinfo – проєкт Європейської служби зовнішніх дій**
<https://euvsdisinfo.eu>
Офіційна база дезінформаційних кампаній, спрямованих проти ЄС. Містить аналізи намірів творців фейків, типологію маніпуляцій та освітні інструменти.
- **UNESCO – «Media and Information Literacy Curriculum for Teachers»**
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>
Глобальний підхід до медіаосвіти, що охоплює явища пропаганди, дипфейку, інформаційних бульбашок і маніпуляцій.

Польські

- **Demagog.org.pl – найбільший польський портал з перевірки фактів**
<https://demagog.org.pl>
Аналізи неправдивих наративів, визначення і приклади механізмів маніпуляції (у виборах, сфері здоров'я, освіти та суспільстві).
- **Konkret24 – редакція перевірки фактів TVN24**
<https://konkret24.tvn24.pl>
Перевірка контроверсійних повідомлень про політику, суспільні кризи й теорії змови.
- **Niebezpiecznik.pl – портал про безпеку в інтернеті та цифрову освіту**
<https://niebezpiecznik.pl>
Джерело про технологічні маніпуляції, шахрайства з використанням ШІ, автоматично створені фейки, дипфейки та ботів.

Чеські та словацькі

- **Manipulátoři.cz**
<https://manipulatori.cz>
Чеський портал, що спеціалізується на викритті дезінформації, аналізі мотивів творців фейків та популяризації знань про маніпуляції.
- **Demagog.cz / Demagog.sk**
<https://demagog.cz> / <https://demagog.sk>

Проєкт спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

Відповідники польського Demagoga в Чехії та Словаччині, що аналізують публічні висловлювання, перевіряють дані та займаються медіаосвітою.

- **Infosecurity.sk – Інститут безпекової політики**

<https://infosecurity.sk>

Словацький центр, який досліджує інформаційну безпеку, з акцентом на дезінформаційні загрози у Центральній-Східній Європі.

- **Radio Prague International – Eurovolby a fake news**

<https://cesky.radio.cz/eurovolby-a-fakenews-8130495>

Журналістський матеріал про фейкові наративи перед виборами до Європарламенту, з поясненням намірів їхніх творців.

