

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра журналістики
Спеціальність: 061 «Журналістика»**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА
на тему:**

«Проблематика логічних помилок у журналістських матеріалах»

Студентка 4 курсу,
групи ЖУР-21-дист

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук, доцент

Євтіф'єва Альона Сергіївна

Момот Неля Миколаївна

(підпис студента)

(Дата)

(Підпис)

Попередній захист:

(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри

(Підпис)

(Прізвище, ініціали)

(Дата)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	7
1.1. Логічні помилки та причини їх виникнення у журналістських текстах .	7
1.2. Види логічних помилок у медіатекстах	15
РОЗДІЛ 2	20
2.1. Методика аналізу журналістських текстів	20
2.2. Приклади логічних помилок у публікаціях українських ЗМІ	28
2.3. Вплив логічних помилок на сприйняття інформації аудиторією	35
РОЗДІЛ 3	45
3.1. Роль редактора й фактчекінгу	45
3.2. Рекомендації для журналістів щодо уникнення логічних помилок	49
3.3. Освітні програми та тренінги для підвищення медіаграмотності	55
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66

ВСТУП

У сучасному світі медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, впливі на соціальні процеси та розвитку демократичних інститутів. Журналістика, як одна з основних складових інформаційного простору, дедалі більше впливає на прийняття рішень громадянами, формування системи цінностей, а також моделей поведінки. В умовах інформаційного перенасичення саме журналістські матеріали часто стають основним джерелом знань про події в країні та світі, а отже, несуть високу соціальну відповідальність.

Однак стрімка цифровізація, поява нових форматів подачі інформації, загострення конкуренції між ЗМІ та зростання інформаційних ризиків призвели до ускладнення професійної діяльності журналістів. Робота у жорстких часових рамках, під тиском редакційної політики або зовнішніх впливів сприяє зниженню якості медіаконтенту. У таких умовах зростає ймовірність появи логічних помилок у журналістських текстах — від непослідовності викладу до відвертих маніпуляцій, що не лише викривляють реальність, а й можуть провокувати дезінформацію.

Особливої гостроти ця проблема набуває в Україні, де інформаційне поле зазнає впливу як внутрішніх соціально-політичних процесів, так і зовнішніх інформаційних загроз. Високий рівень довіри до медіа з боку частини населення робить логічну та змістову якість журналістських матеріалів критично важливою. Наявність логічних хиб у текстах може не лише знижувати загальний рівень професіоналізму ЗМІ, а й створювати передумови для поширення спотворених уявлень, підривати інформаційну безпеку та сприяти зростанню суспільної напруги.

Актуальність даного дослідження зумовлена потребою комплексного аналізу природи логічних помилок у журналістиці, визначення їх основних типів,

причин виникнення та потенційних наслідків для аудиторії. Крім того, важливим є розгляд способів запобігання таким хибам та розробка ефективних рекомендацій для журналістів, що дозволить підвищити якість інформаційного контенту та сприяти розвитку відповідального і професійного медіасередовища.

Ступінь наукової розробки: проблема логічних помилок у журналістиці досліджувалася як українськими, так і зарубіжними науковцями. Серед вітчизняних авторів питання логічної культури медіатекстів, маніпуляцій та критичного мислення розглядали О. М. Ковальчук [14], Г. І. Марчук [20], О. М. Холод [2], Б. В. Потятиник [28]. Зарубіжні дослідники, зокрема N. Chomsky, E. Herman [42], J. Carter [41], приділяли увагу питанням впливу логічних хиб на масову свідомість, механізмам маніпуляції та методам протидії дезінформації. Проте, незважаючи на наявність окремих ґрунтовних досліджень, тема логічних помилок у журналістських матеріалах залишається недостатньо висвітленою в українській науковій літературі, особливо у прикладному аспекті - аналізі сучасних публікацій, практичних рекомендаціях для журналістів та освітніх програмах із медіаграмотності. Це зумовлює необхідність подальших наукових розвідок, спрямованих на комплексне вивчення причин, наслідків і шляхів подолання логічних помилок у медіатекстах.

Метою дипломної роботи є комплексний аналіз логічних помилок у журналістських матеріалах, визначення їхніх основних видів, причин виникнення, впливу на сприйняття інформації аудиторією та розробка практичних рекомендацій щодо їх уникнення у професійній діяльності журналістів.

Завдання дипломної роботи:

- дослідити теоретичні основи поняття «логічна помилка» та її класифікацію в контексті журналістики;

- охарактеризувати основні види логічних помилок у медіатекстах та проаналізувати причини їх виникнення;
- здійснити аналіз реальних прикладів логічних помилок у сучасних українських ЗМІ;
- встановити вплив логічних помилок на сприйняття інформації аудиторією;
- розробити рекомендації для журналістів та редакторів щодо уникнення логічних помилок;
- проаналізувати роль освітніх програм і тренінгів у підвищенні медіаграмотності.

Об'єктом дослідження є журналістські матеріали українських ЗМІ як складова сучасного інформаційного простору.

Предметом дослідження виступають логічні помилки у журналістських текстах, їхні види, причини виникнення, механізми впливу на аудиторію та шляхи їх подолання.

Наукові методи дослідження: у роботі застосовано комплекс методів: контент-аналіз (для виявлення та класифікації логічних помилок у медіатекстах, розділ 2.2), порівняльний і структурний аналіз (для зіставлення різних видів помилок і визначення їхніх особливостей, розділ 2.1), критичний дискурс-аналіз (для дослідження впливу логічних помилок на суспільну думку, розділ 2.3), а також методи інтерпретації та систематизації для формулювання рекомендацій (розділ 3).

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в межах дипломної роботи здійснено комплексний аналіз логічних помилок у сучасних українських журналістських матеріалах із залученням як теоретичних, так і практичних аспектів. Запропоновано систематизацію основних видів логічних помилок, розроблено алгоритм їх виявлення та рекомендації для журналістів і

редакторів. Особливу увагу приділено ролі освітніх програм і тренінгів із медіаграмотності як інструменту підвищення якості журналістських текстів.

Практична значущість одержаних результатів – результати дослідження можуть бути використані у практичній діяльності журналістів, редакторів, викладачів факультетів журналістики, а також у розробці освітніх програм із медіаграмотності. Запропоновані рекомендації сприятимуть підвищенню якості медіатекстів, розвитку критичного мислення у суспільстві та формуванню відповідального ставлення до інформації.

Структура та обсяг роботи: дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 74 сторінки, містить 3 рисунки, 4 таблиці та 70 найменувань у списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛОГІЧНИХ ПОМИЛОК У ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Логічні помилки та причини їх виникнення у журналістських текстах

У сучасній журналістиці питання логічних помилок набуває особливої актуальності, оскільки якість інформаційного продукту безпосередньо впливає на формування громадської думки та рівень довіри до медіа. Логічна помилка – це порушення правил логічного мислення, яке призводить до хибних висновків, навіть якщо вихідні дані є правильними. Як зазначає О. М. Ковальчук, логічні помилки у ЗМІ часто стають інструментом маніпуляції, оскільки дозволяють формально підтримувати дискусію, але не стосуються її суті [14].

У науковій літературі логічна помилка визначається як помилка у міркуванні, що вказує на наявність проблеми з логікою дедуктивного або індуктивного мислення. Важливо підкреслити, що логічна помилка відрізняється від фактичної – вона не пов'язана з неправдивістю фактів, а з неправильними зв'язками між ними.

Загалом, логічні помилки – це ілюзії, які нам нав'язують засоби масової інформації, політики чи інші люди задля маніпулювання свідомістю аудиторії. Як зазначає Carter J., критичне мислення та медіаграмотність передбачають вміння розпізнавати такі помилки, що є ключовою навичкою сучасного журналіста [41].

Класифікація логічних помилок

У журналістських текстах логічні помилки класифікують за різними критеріями. Найбільш поширеною є класифікація за порушенням основних законів логіки:

- Порушення закону тотожності - використання одного й того ж поняття у різних значеннях у межах одного тексту [4].
- Порушення закону несуперечності – суперечливі твердження в одному матеріалі.
- Порушення закону виключення третього – подання ситуації лише у двох можливих варіантах, коли існують інші альтернативи (так звана «помилкова дихотомія»).
- Порушення закону достатньої підстави – висновки, що не мають достатньої аргументації [37].

Окрім класичних логічних помилок, у журналістиці виділяють також:

- Модальні помилки – неправильне визначення відношення матеріалу до дійсності, наприклад, коли гіпотеза подається як факт [27].
- Фактичні помилки – твердження, які мають вигляд реальних, але є хибними.

У структурі редакторського аналізу журналістських матеріалів логічні помилки дедалі частіше розглядаються як окрема, самостійна категорія, що існує поряд з мовними, комунікативно-прагматичними та композиційними порушеннями. Такий поділ обумовлений тим, що логічні похибки безпосередньо впливають на змістову цілісність, аргументативну якість і достовірність повідомлення. Вони здатні спотворити причинно-наслідкові зв'язки, приховати або підмінити сутність проблеми, звести нанівець об'єктивність матеріалу.

Логічні помилки в журналістських матеріалах безпосередньо позначаються на якості поданої інформації та рівні довіри аудиторії до медіа. Недотримання логічної послідовності, суперечливість чи необґрунтованість висновків знижують інформативність тексту, роблять його неоднозначним і навіть можуть сприяти поширенню дезінформації. У сучасних умовах, коли конкуренція між медіа зростає,

а аудиторія стає дедалі критичнішою, якість аргументації та логічна добротність матеріалів стають ключовими чинниками формування довіри до ЗМІ. Як зазначають дослідники, довіра до медіа значною мірою залежить від достовірності, точності та несуперечливості інформації, що подається. Саме тому контроль за дотриманням логічних стандартів є обов'язковим етапом редакторського аналізу тексту.

Саме через логічні хиби, навіть при дотриманні мовних та стилістичних норм, текст може виявитися маніпулятивним, упередженим або недостовірним. У цьому контексті логічна послідовність викладу, прозорість аргументації та коректне використання риторичних засобів є основними критеріями оцінки якісного медіатексту. Це підкреслює необхідність впровадження систематичного логіко-аналітичного підходу в редакторську практику та журналістську освіту, особливо в умовах інформаційного перенасичення та політичної поляризації медіапростору.

Згідно із сучасними дослідженнями у сфері соціальних комунікацій, логічні помилки в журналістських матеріалах можна класифікувати на дві великі групи — навмисні та ненавмисні. Навмисні помилки є результатом цілеспрямованого впливу на аудиторію та мають виразний маніпулятивний характер. Водночас ненавмисні логічні помилки виникають через неухважність журналіста, брак досвіду, обмеженість джерел, поверхневе володіння темою або через поспіх, зумовлений дедлайнами. У будь-якому випадку, як навмисні, так і ненавмисні логічні хиби підривають довіру до ЗМІ, ускладнюють інтерпретацію фактів та сприяють поширенню дезінформації, що робить їх виявлення та усунення пріоритетним завданням сучасної журналістики.

Окрім класичних порушень основних законів логіки, у журналістських текстах часто трапляються так звані вторинні логічні помилки. До них належать:

- Логічний стрибок — коли між засновками та висновком відсутній чіткий логічний зв'язок.
- Заміна понять — підміна одного поняття іншим, близьким за звучанням, але різним за змістом.
- Амфіболія — двозначність висловлювання, що призводить до різних тлумачень.
- Плеоназм — надмірне повторення однакових або схожих за змістом слів чи фраз.
- «Ламана метафора» — поєднання несполучуваних образів, що спотворює зміст.
- Розповідний алогізм — порушення логіки у послідовності викладу подій чи фактів.

Наприклад, логічний стрибок часто проявляється у висновках, які не випливають із наведених фактів, а заміна понять може призвести до плутанини між причиною і наслідком, частиною і цілим. Виявлення та усунення таких помилок є важливою складовою професійної редакторської роботи, оскільки вони впливають на переконливість і зрозумілість журналістського матеріалу

На думку Zhivar Sourati та співавторів, автоматизоване виявлення логічних помилок у текстах є перспективним напрямом дослідження, що дозволяє підвищити якість журналістських матеріалів та знизити рівень маніпуляцій [57]. Автори зазначають, що впровадження алгоритмів машинного навчання для ідентифікації аргументативних структур і логічних невідповідностей сприяє не лише автоматизації редакторських процесів, а й розвитку медіаграмотності загалом. У майбутньому подібні технології можуть стати важливим інструментом для журналістів, редакторів, фактчекерів і дослідників медіа, дозволяючи оперативно

виявляти порушення логіки, зменшувати вплив емоційно забарвлених хибних тверджень та забезпечувати більш прозору інформаційну екосистему.

Вміння розпізнавати та уникати логічних помилок є необхідною компетенцією сучасного журналіста, що підтверджується як теоретичними, так і практичними дослідженнями у сфері медіа. Лише критичне мислення та глибоке розуміння логічних принципів дають змогу створювати тексти, що справді інформують, а не маніпулюють.

Проблема логічних помилок у журналістських матеріалах є складною і багатогранною. Її дослідження вимагає врахування як суто логічних, так і психологічних, мовних, організаційних та навіть етичних чинників. Виявлення причин виникнення таких помилок дозволяє не лише підвищити якість журналістських текстів, а й сприяє формуванню критичного мислення як у журналістів, так і в аудиторії.

Однією з ключових причин є порушення чотирьох основних законів логіки: закону тотожності, закону несуперечності, закону виключення третього та закону достатньої підстави. Наприклад, порушення закону тотожності проявляється у підміні понять, нечіткості формулювань, зміщенні акцентів у тексті. Це призводить до розмитості змісту, втрати цілісності матеріалу та неправильного розуміння основної ідеї. Порушення закону достатньої підстави часто виникає через недостатню аргументацію, коли журналіст робить висновки на основі неповних чи неперевірених даних [23].

Значну роль у виникненні логічних помилок відіграють мовні та стилістичні недоліки. Як зазначає Л. І. Солodka, елементарні граматичні чи стилістичні помилки часто проявляються у коротких уривках тексту, але можуть суттєво вплинути на логічну структуру всього матеріалу. Заміна понять, неточність

термінології, використання штампів і плеоназмів («натовп людей», «йти пішки») створюють логічну неправильність і ускладнюють сприйняття [32]. Лексичні помилки виникають через незнання значення слова або неправильне слововживання, що особливо поширено у газетній метафоріці.

Як слушно зазначає Л. І. Солодка, причинами логічних хиб у журналістських матеріалах часто є поверхове або скорочене міркування, в якому опускаються деякі засновки чи навіть висновки. У результаті створюється неповна аргументативна структура, що дезорієнтує читача та сприяє формуванню хибних суджень. В умовах інформаційного перенасичення журналісти, прагнучи до лаконізму, можуть свідомо або несвідомо нехтувати повнотою міркування, що, у свою чергу, веде до неправильного трактування фактів і висновків. Особливо це актуально у заголовках і лід-абзацах новин, де спрощення або редукція аргументів може бути сприйнята як узагальнення чи причинно-наслідкова логічна помилка.

Крім того, як вказує Солодка, суттєву небезпеку становлять ті міркування, в яких порушується принцип істинності – одна з фундаментальних вимог логіки. У публіцистичних жанрах, де активно використовується метафорика та експресивні мовні засоби, часто трапляються висловлювання, що мають хибну аргументацію через ототожнення часової послідовності з причинністю або через хибне застосування загальних правил до окремих випадків. Це свідчить про необхідність підвищення рівня логічної грамотності медіапрацівників, які повинні вміти не лише виявляти порушення у структурі міркування, а й свідомо уникати формування висновків, що суперечать законам логіки, навіть у стислому журналістському форматі.

Психологічний чинник є однією з найважливіших причин появи логічних помилок. Журналіст, як і будь-яка людина, схильний до впливу підсвідомих

стереотипів, емоційного стану, поспіху, втоми або навіть особистих упереджень. Згідно з дослідженнями, психологічні помилки виникають через неврахування особливостей сприйняття реципієнта, специфічне відновлення опущених членів речення, інтонаційне забарвлення тощо [31]. Психологічна установка на швидке створення матеріалу часто призводить до поверхневого аналізу фактів і, як наслідок, до появи логічних огріхів.

Часто причиною логічних помилок стають організаційні особливості роботи редакції: обмежені терміни підготовки матеріалів, надмірне навантаження на журналістів, відсутність якісної редакторської перевірки, брак часу на глибокий аналіз джерел. Тенденційний добір фактів під наперед задану схему, ігнорування невігідних даних, недостатня обізнаність із темою – усе це посилює ризик появи логічних помилок [13].

У сучасних медіа дедалі частіше зустрічаються логічні помилки, зумовлені свідомим використанням маніпулятивних технологій. Журналісти або редактори можуть навмисно спрощувати чи викривляти інформацію, аби досягти певного ефекту впливу на аудиторію, сформуванню необхідну точку зору або підтримати певну політичну чи комерційну лінію. Такі прийоми є надзвичайно поширеними в інформаційній війні, політичній агітації, рекламних кампаніях та навіть у щоденних новинних випусках. Серед найбільш типових маніпулятивних стратегій можна виділити підміну понять, коли одне явище свідомо називають іншим, що дозволяє змінити сприйняття події; перебільшення або навмисне акцентування на окремих деталях для створення хибного уявлення про масштаб чи важливість проблеми; навішування ярликів, коли певних осіб чи явища характеризують за допомогою стереотипних або емоційно забарвлених висловів, що значно впливає на ставлення аудиторії. Особливої уваги заслуговує таке явище, як виривання цитат із контексту. Цей прийом дозволяє журналісту чи редактору подати висловлювання у вигідному

для себе світлі, спотворюючи його справжній зміст і викликаючи у читача чи глядача хибне враження про позицію спікера. Подібні маніпуляції не лише знижують якість журналістського продукту, а й підривають довіру до медіа в цілому, оскільки аудиторія починає сумніватися у неупередженості та об'єктивності ЗМІ. У результаті такі логічні помилки стають не просто технічними огріхами, а цілеспрямованим інструментом впливу, що формує суспільну думку відповідно до інтересів певних груп чи осіб.

Варто також зазначити, що використання маніпулятивних технологій у журналістиці часто супроводжується створенням інформаційного шуму, коли справжня суть події губиться серед великої кількості другорядних або навмисно спотворених фактів. Це ускладнює аудиторії можливість самостійно аналізувати інформацію та робити обґрунтовані висновки, що, своєю чергою, сприяє поширенню дезінформації та зростанню поляризації у суспільстві. Саме тому виявлення та критичний аналіз подібних логічних помилок є одним із ключових завдань сучасної журналістики, яка прагне залишатися об'єктивною, достовірною та відповідальною перед своєю аудиторією.

Ще одним важливим чинником є недостатній рівень професійної підготовки журналістів, зокрема слабе володіння навичками критичного мислення, логічного аналізу тексту, роботи з джерелами. Відсутність системної освіти у сфері логіки, риторики, аналізу інформації призводить до того, що журналісти не завжди можуть виявити власні логічні помилки або помилки колег [10]. Як наслідок, у текстах з'являються логічні стрибки, амфіболії, розповідні алогізми, які знижують якість журналістського продукту.

Тому причини виникнення логічних помилок у журналістських матеріалах є комплексними й охоплюють як особистісні (психологічні, професійні), так і

організаційні, мовні, стилістичні та зовнішні чинники. Їхнє своєчасне виявлення та усунення можливе лише за умови високого рівня професіоналізму журналіста, системної редакторської перевірки, розвитку критичного мислення та відповідального ставлення до інформації.

1.2. Види логічних помилок у медіатекстах

Логічні помилки в журналістських матеріалах мають різноманітні форми, які часто пов'язані зі специфікою медійного дискурсу. Їх класифікація ґрунтується на порушеннях логічних законів, типах аргументації та комунікативних цілях автора. Розрізняють формальні (пов'язані з структурою міркувань) та неформальні (пов'язані зі змістом) помилки.

Основні види логічних помилок у ЗМІ:

1. Помилка причинно-наслідкового зв'язку (Post Hoc/Cum Hoc)

Ця логічна помилка виникає тоді, коли одна подія неправомірно подається як причина іншої лише на основі їхнього хронологічного або статистичного співпадіння. У медіа така помилка часто зустрічається у політичних і економічних новинах. Наприклад, заголовок: «Після візиту міжнародної делегації зросли ціни на пальне» — не надає жодного аналізу реальних причин подорожчання, але створює враження прямого причинно-наслідкового зв'язку.

Наслідком такого підходу є спотворення сприйняття аудиторією реального стану речей: читач підсвідомо приймає хронологічну послідовність за доказ причинності. У журналістиці це може використовуватись для навмисного очорнення опонентів або маніпулювання громадською думкою через емоційне тлумачення фактів без логічної обґрунтованості.

2. Помилка узагальнення (Hasty Generalization)

Це порушення логіки, при якому на основі одного або кількох непоказових прикладів робиться висновок щодо загальної ситуації. Такий прийом часто застосовується у публіцистиці для створення сенсаційних або поляризованих сюжетів. Наприклад: «Після затримання одного чиновника з департаменту X усі працівники міністерства заплямовані корупцією».

Типовою рисою цього виду помилки є ігнорування репрезентативної вибірки або контексту, що веде до спрощення складних соціальних явищ. Це особливо небезпечно у темах, що стосуються національних меншин, політики, медицини, релігії, де поверхневі узагальнення формують стереотипи й упередження. Така подача інформації підігриває емоції аудиторії, але шкодить аналітичному сприйняттю[37].

3. Ad Nominem

Це одна з найрозповсюдженіших помилок у медіа, коли замість розгляду суті аргументів автора увага фокусується на його особистості, соціальному статусі або минулих діях. У новинних статтях, аналітиці та блогах можна зустріти такі формулювання: «Цей політик уже був причетний до скандалу у 2010 році, тож його теперішні заяви — не варті довіри».

Помилка типу Ad Nominem часто використовується як інструмент політичної боротьби та дискредитації. Її сила — в емоційному впливі: читач, маючи певне упередження щодо особи, автоматично знецінює її аргументи. Це дозволяє уникнути логічної дискусії та нав'язати публіці викривлене бачення предмета обговорення. Такий підхід особливо деструктивний для демократичного медіапростору, де важлива змагальність ідей, а не особистостей. [14].

4. Хибна дихотомія (False Dilemma)

Ця помилка полягає у зведенні складної ситуації до лише двох крайніх варіантів, ігноруючи інші можливі підходи чи компроміси. У журналістиці така помилка часто використовується в політичних матеріалах, де йдеться про реформи, війну, санкції або міжнародну політику. Наприклад: «Ми або приєднуємось до цього військового союзу, або залишимося беззахисними перед агресором».

Таке формулювання створює враження невідворотності вибору, що значно звужує поле дискусії та викликає панічні чи агресивні реакції у читачів. Основна небезпека полягає в тому, що суспільство втрачає здатність бачити альтернативи та аналізувати складні проблеми багатовимірно. Хибна дихотомія використовується для підсилення підтримки однієї позиції через страх або тиск, а також для делегітимації поміркованих голосів [41].

5. Солом'яне чучело (Straw Man)

Ця помилка полягає у свідомому спрощенні, викривленні або карикатурному відтворенні позиції опонента з метою її легшого спростування. У журналістиці та публіцистиці така помилка часто зустрічається у матеріалах із політичним підтекстом, де аргументи представників альтернативної точки зору перебільшуються або перекручуються. Наприклад, коли реформатор пропонує оновлення шкільної програми, а ЗМІ повідомляють, що «влада хоче знищити традиційну систему освіти», — це типова інтерпретація «солом'яного чучела».

Основна мета такої маніпуляції — позбавити опонента легітимності в очах аудиторії, підмінити справжню суть дискусії емоційною псевдоверсією. Це призводить до поляризації суспільства, руйнує інтелектуальну дискусію та формує ілюзію, що інші точки зору є небезпечними або абсурдними [20].

6. Апеляція до авторитету (Appeal to Authority)

Цей тип логічної помилки ґрунтується на припущенні, що думка відомої або впливової особи автоматично є істинною — навіть якщо ця особа не є експертом у темі. У ЗМІ така помилка часто використовується у формі цитування селебріті, громадських діячів або політиків, чия думка не має наукового або професійного обґрунтування. Наприклад: «Відомий актор закликає не щеплювати дітей, бо це небезпечно» — при тому, що він не має жодної медичної освіти або доступу до досліджень.

Ця помилка є надзвичайно поширеною в умовах медіалізації суспільства, де статусні особи мають великий вплив на масову свідомість. Її наслідки — поширення дезінформації, підрив довіри до фахівців, зниження рівня критичного мислення у публіки. Така маніпуляція може бути свідомою (пропагандистською) або несвідомою (через відсутність перевірки джерел) [42].

7. Помилка контексту (Contextomy)

Це логічне викривлення, що виникає тоді, коли слова або висловлювання вириваються з оригінального контексту і подаються в спотвореній формі, часто — у заголовках. Приклад: політик заявляє — «Якщо не реформувати систему, ми ризикуємо втратити частину соціального захисту», а медіа пише: «Політик закликає скасувати соціальні програми». Це не лише викривлення змісту, а й цілеспрямоване формування негативного емоційного фону.

Такий підхід активно використовується в інформаційних війнах і таблоїдній журналістиці, адже дозволяє створити «сенсацію» без перевірки реальної суті повідомлення. Результатом є маніпулятивне зміщення уваги аудиторії, зниження довіри до джерел і поляризація поглядів. Особливо небезпечна така помилка в

умовах швидкого інформаційного обміну, де заголовки часто сприймаються як повноцінні новини. [18].

Інформаційне поле України вирізняється високим рівнем політизації, що безпосередньо впливає на якість журналістських матеріалів. У публікаціях українських ЗМІ часто фіксуються логічні помилки, переважно емоційно забарвленого характеру, зокрема типу *Ad Nominem* (перехід на особистості) та «солом'яне чучело» (спотворення позиції опонента). Це обумовлено як боротьбою за увагу аудиторії в умовах медіаконкуренції, так і активним використанням риторичних засобів у політичних дискусіях. Дослідження Zhivar Sourati та співавторів показало, що 43% проаналізованих медіатекстів містили щонайменше одну логічну хибу, яка суттєво впливала на об'єктивність викладеного матеріалу [57].

Логічні помилки, особливо ті, що замасковані під об'єктивний виклад фактів, здатні суттєво впливати на сприйняття інформації читачами. Вони створюють ілюзію аргументованості, підсилюють певні меседжі та формують однобічне бачення подій. За спостереженням Ковальчука, навіть освічені та критично налаштовані реципієнти не завжди здатні виявити логічні хиби у грамотно структурованих текстах, що робить такі публікації ефективним інструментом маніпулятивного впливу [14]. Цей факт актуалізує потребу в належному редакторському контролі, запровадженні якісного фактчекінгу та розвитку медіаграмотності серед широкої аудиторії як способу протидії поширенню дезінформації.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЛОГІЧНИХ ПОМИЛОК У СУЧАСНИХ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ

2.1. Методика аналізу журналістських текстів

Аналіз журналістських текстів – це комплексний процес, що поєднує різноманітні наукові підходи, методи та інструменти для виявлення змістових, структурних, логічних і стилістичних особливостей медіатексту. У науковій літературі виділяють кілька основних напрямів і методик аналізу, які застосовують як у журналістській освіті, так і в професійній редакторській практиці.

Метою ефективного аналізу журналістських текстів є не лише виявлення формальних характеристик чи порушень, але й розуміння комунікативного задуму автора, виявлення потенційної маніпулятивності або упередженості подачі інформації. Це особливо важливо в умовах інформаційного перевантаження, коли аудиторія стикається з великою кількістю текстів, що претендують на об'єктивність. Такий аналіз також дає змогу оцінити ступінь відповідності журналістського матеріалу професійним стандартам, зокрема принципам достовірності, точності, збалансованості й повноти викладу, що є ключовими в журналістській роботі.

Теоретичні основи та підходи до аналізу

Сучасна методологія аналізу мас-медійного тексту базується на міждисциплінарних підходах, що враховують ідеологічний, онтологічний, феноменологічний, когнітивний, психолінгвістичний та психопоетичний рівні дослідження [15]. Наприклад, когнітивний підхід передбачає вивчення ментальних структур, які формують зміст тексту, а психолінгвістичний аналіз дозволяє

простежити, як особистість автора впливає на структуру й логіку повідомлення. Герменевтичний аналіз (Ф. Шлейермахер, М. Бахтін) акцентує на інтерпретації глибинних смислів тексту, що особливо актуально для публіцистичних і аналітичних жанрів.

Класифікація методик аналізу

У системі підготовки журналістів виділяють дві базові методики аналізу тексту:

- Репрезентативно-навчальна методика – спрямована на виявлення конкретних проявів загальних якостей тексту, таких як жанр, композиція, стиль, тип аргументації. Цей підхід дозволяє студентам і молодим журналістам навчитися розрізняти типові риси якісного медіатексту та виявляти логічні помилки на рівні структури [15].

Наприклад, при аналізі новинного повідомлення студент може виокремити основні складові класичної «піраміди» новини: лід, бекграунд, коментар, і водночас зафіксувати порушення логіки – хибну дихотомію або некоректну причинно-наслідкову побудову.

- Професійно-інтерпретаційна методика – передбачає створення нового самодостатнього тексту-інтерпретації, що корелює з предметом аналізу. Мета такого аналізу – не лише описати, а й осмислити глибинні смисли, мотиви автора, приховані ідеологічні чи маніпулятивні елементи.

До прикладу, аналізуючи політичну колонку, аналітик може переписати її як аналітичну довідку, в якій реконструйовано мотиви автора, виявлено упередження у доборі джерел та розкрито приховане протиставлення «ми – вони» як ознаку маніпуляції.

У таблиці 2.1 представлено порівняльну характеристику двох ключових методик аналізу журналістських текстів — репрезентативно-навчальної та професійно-інтерпретаційної. Її структура дозволяє чітко окреслити відмінності між цими підходами за такими критеріями, як мета аналізу, об'єкт дослідження, очікуваний результат, рівень застосування та характер прикладів. Зокрема, репрезентативно-навчальна методика зосереджується на формальних параметрах тексту, що є корисним у процесі навчання та первинного редагування. Натомість професійно-інтерпретаційна орієнтована на глибоке розкриття прихованих смислів, авторських намірів та можливих маніпулятивних елементів, що потребує більшої аналітичної підготовки. Таблиця 2.1 дозволяє візуалізувати відмінності між підходами та підкреслює їхню взаємодоповнюваність у підготовці кваліфікованого журналіста-аналітика.

Таблиця 2.1. Порівняння репрезентативно-навчальної та професійно-інтерпретаційної методик аналізу тексту

Критерій	Репрезентативно-навчальна методика	Професійно-інтерпретаційна методика
Мета аналізу	Навчити розпізнавати структуру, жанр, стиль, аргументацію	Осмислення глибинного змісту, мотивів автора, ідеологічних підтекстів
Об'єкт аналізу	Формальні та структурні елементи медіатексту	Смислова й ідеологічна тканина тексту
Очікуваний результат	Виявлення типових рис тексту, логічних помилок, стилістичних недоліків	Побудова нового тексту-інтерпретації з розкриттям прихованих значень

Приклад застосування	Аналіз новини за схемою: заголовок, лід, фактологія, логічність викладу	Переписування політичної колонки з розшифруванням маніпулятивної риторики
Рівень застосування	Переважно початковий і навчальний (журналістська освіта)	Професійний рівень, редакторська та аналітична практика

Джерело: створено автором на основі [15]

Основні методи аналізу журналістських текстів

У науковій і професійній практиці найбільш поширеними є такі методи:

- **Контент-аналіз** – соціологічний метод вивчення кількісних і якісних елементів змісту тексту. Його суть полягає у виділенні одиниць аналізу (слово, тема, повідомлення), підрахунку їхньої частоти, виявленні тенденцій і закономірностей розвитку змісту [15, 36]. Контент-аналіз дозволяє виявити не лише явні (експліцитні), а й приховані (імпліцитні) смисли, що особливо цінно при дослідженні маніпулятивних технологій та логічних помилок у ЗМІ. Важливою складовою є формулювання гіпотез, визначення предмета й об'єкта дослідження, а також розробка чітких критеріїв для оцінки текстів.
- **Порівняльний метод** – використовується для зіставлення і протиставлення фактів, подій, явищ у різних текстах або в межах одного матеріалу. Дозволяє виявити логічні неузгодженості, суперечності, тенденційність подачі інформації [17].
- **Структурний аналіз** – передбачає вивчення композиції тексту, логіки викладу, послідовності аргументації, взаємозв'язків між частинами. Особливу увагу приділяють виявленню порушень логічної структури, таких як хибна дихотомія, підміна понять, відсутність достатньої аргументації.

- Семіотичний метод – аналізує систему знаків, символів і кодів, які використовуються у тексті для передачі інформації, впливу на аудиторію, формування певних смислів.
- Стилістичний аналіз – вивчає мовні засоби, риторичні прийоми, особливості стилю, які можуть сприяти або, навпаки, заважати логічній послідовності викладу. Стилістичний аналіз тексту кваліфікують як метод навчання (П. Кордун, Т. Чижова, Л. Федоренко), розпізнавальну вправу (К. Плиско) та специфічний прийом навчання (М. Пентилюк, С. Караман, Л. Рожило) тощо. Т. Чижова потлумачує стилістичний аналіз як «вид аналізу, завданням якого є оцінка вибору й вживання мовних засобів залежно від мети, змісту й характеру спілкування, тобто з погляду комунікативної доцільності», що, на нашу думку, звужує стилістичний аналіз до характеристики лише комунікативних ознак.

Таблиця 2.2 надає порівняння традиційних і сучасних підходів до аналізу журналістських текстів, висвітлюючи основні відмінності в методах та характеристиках кожного з них. Традиційний підхід зосереджений на класичному аналізі жанру, структури та стилістики тексту, що є корисним для базових медіа-досліджень та журналістської критики. Проте його обмеження полягають у поверховому підході до змісту, що не дозволяє глибше вивчити приховані значення тексту. У порівнянні з цим, сучасні підходи, такі як когнітивний та психолінгвістичний аналізи, дозволяють вивчати ментальні та психологічні процеси, що визначають створення та сприйняття тексту. Ці методи надають значно більше розуміння впливу медіа на аудиторію, але потребують високої кваліфікації та є складними для кількісного аналізу.

Критичний дискурс-аналіз та семіотичний підхід, з іншого боку, орієнтовані на розкриття ідеологічних та маніпулятивних аспектів тексту, що дозволяє виявити

соціальні, політичні та культурні контексти, однак ці методи потребують глибокої теоретичної підготовки та можуть бути інтерпретаційними. Таблиця 2.2 надає чітке уявлення про різноманітність підходів до аналізу текстів і підкреслює важливість вибору відповідної методики залежно від цілей та специфіки дослідження.

Таблиця 2.2. Порівняння традиційних і сучасних підходів до аналізу журналістських текстів

Підхід	Характеристика	Методи	Сфера застосування	Переваги / Недоліки
Традиційний	Заснований на класичному аналізі жанру, структури, стилістики тексту.	Жанрово-стилістичний аналіз, композиційний розбір, ретроспективний опис	Академічна освіта, базовий аналіз медіа, журналістська критика	+ Доступний для початківців; - Поверховий підхід до змісту
Когнітивний	Досліджує ментальні структури та схеми, які визначають створення і сприйняття тексту.	Когнітивна лінгвістика, аналіз фреймів, семантичні мережі	Дослідження впливу медіа, нейролінгвістика, журналістика рішень	+ Враховує мисленнєві процеси; - Складний для кількісного аналізу
Психолінгвістичний	Орієнтований на вивчення психологічних чинників, які впливають на продукування та сприйняття тексту.	Аналіз наративу, тестування аудиторії, оцінка реакцій	Комунікаційні дослідження, сприйняття новин, реклама	+ Дає розуміння впливу на читача; - Не завжди доступний для польового дослідження

Критичний дискурс-аналіз	Аналізує текст як соціальний феномен, виявляє ідеології, домінуючі наративи, механізми влади.	CDA (Critical Discourse Analysis), аналіз репрезентацій, дискурсивні стратегічні моделі	Політична журналістика, правозахисна журналістика, медіаекспертиза	+ Виявляє приховані маніпуляції; - Потребує високої теоретичної підготовки
Семіотичний	Аналізує текст як систему знаків, символів і кодів.	Аналіз вербальної і візуальної семіотики, міфологеми, кодові структури	Візуальна журналістика, медіааналіз реклами, культурологічні дослідження	+ Пояснює символізм і підтексти; - Часто інтерпретаційний, суб'єктивний

Джерело: створено автором на основі [39]

Етапи аналізу журналістського тексту

Згідно з навчальними посібниками, аналіз журналістського тексту відбувається у кілька послідовних етапів [17, 20].

1. Визначення предмета і методу аналізу – чітке формулювання дослідницької задачі, вибір відповідних методів (контент-аналіз, порівняльний, структурний тощо).
2. Збір фактичного матеріалу – вивчення текстів, документів, проведення спостережень, інтерв'ю, анкетування.
3. Осмислення і систематизація фактів – виявлення суті явища, аналіз зв'язків і взаємозалежностей, оцінка достовірності інформації.
4. Формулювання висновків – узагальнення результатів, виявлення типових помилок, тенденцій, особливостей подачі інформації.

5. Вибір жанрової форми та способу відтворення результатів – підготовка аналітичної статті, рецензії, звіту чи іншого виду журналістського матеріалу.

Додаткові методики

У сучасних дослідженнях активно застосовують також:

- Психолінгвістичний аналіз – дозволяє виявити вплив особистісних установок автора на структуру тексту, а також особливості сприйняття матеріалу аудиторією.
- Критичний дискурс-аналіз – спрямований на дослідження влади, ідеології, соціальних нерівностей, які відображаються у медіатекстах.

Методика аналізу журналістських текстів має велике значення як для підготовки майбутніх журналістів, так і для удосконалення професійної діяльності редакторів, фактчекерів, медіааналітиків. Вона дозволяє не лише виявляти логічні помилки, а й підвищувати якість журналістського продукту, сприяти формуванню критичного мислення в суспільстві, запобігати поширенню маніпуляцій та дезінформації. Вона охоплює як аналіз логічної структури тексту, так і оцінку достовірності використаних джерел та аргументації. Завдяки цьому журналісти навчаються не лише уникати власних помилок, а й ефективно розпізнавати маніпулятивні прийоми у матеріалах інших авторів.

Таким чином, сучасна методика аналізу журналістських текстів – це багаторівнева система, що поєднує класичні й новітні наукові підходи, спрямована на глибоке розуміння змісту, структури та впливу медіатекстів у сучасному інформаційному просторі.

2.2. Приклади логічних помилок у публікаціях українських ЗМІ

Аналіз сучасних українських медіа засвідчує, що логічні помилки є доволі поширеним явищем у журналістських матеріалах, незалежно від тематики чи жанру. Їхня присутність у текстах зумовлена як об'єктивними труднощами журналістської професії, так і суб'єктивними чинниками – браком часу, недостатньою підготовкою, впливом редакційної політики чи навіть свідомим прагненням до маніпуляції. Варто зазначити, що логічні помилки не завжди є результатом свідомої дії журналіста; часто вони виникають через поспіх, бажання зробити матеріал емоційно насиченим або через відсутність належного фактчекінгу.

Однією з найпоширеніших логічних помилок у публікаціях українських ЗМІ є хибна дихотомія (*false dilemma*). Ця помилка полягає у тому, що складну ситуацію подають як вибір між двома крайнощами, ігноруючи існування проміжних варіантів. Наприклад, у матеріалах, присвячених політичним виборам, часто можна зустріти фрази на кшталт: «Або ми обираємо стабільність, або країна зануриться у хаос». Подібна риторика звужує можливості раціонального вибору і створює у свідомості аудиторії ілюзію безальтернативності, що вигідно певним політичним силам [14].

Хибна дихотомія також широко використовується в медіа для створення напруги та поляризації в суспільних питаннях, особливо в контексті важливих соціальних чи культурних дебатів. Наприклад, в матеріалах про екологічні ініціативи можна зустріти фразу: «Або ми приймаємо екологічні закони зараз, або планета загине». Подібний підхід створює ілюзію, що між двома варіантами немає можливості для компромісу або поетапних рішень. Насправді, екологічна політика

може включати низку різних варіантів, таких як поступове введення законів, адаптація індустрій до нових стандартів, чи створення механізмів підтримки для підприємств, що переходять на екологічно чисті технології. Однак, хибна дихотомія відкидає ці варіанти, зводячи всю дискусію до крайнощів, що значно спрощує складні проблеми, не даючи можливості для більш збалансованого і конструктивного діалогу. Такий підхід може маніпулювати настроями аудиторії, змушуючи її відчувати, що кожен, хто не підтримує «крайній» варіант, є ворогом справи.

Типовим прикладом логічної помилки є *ad hominem* – перехід на особистості замість аналізу суті аргументів. У публікаціях, присвячених реформам чи політичним дебатам, журналісти нерідко акцентують увагу на особистих якостях чи біографічних деталях опонентів, замість того щоб аналізувати їхні пропозиції. Наприклад, у статті про реформу освіти можна прочитати: «Як можна довіряти цій людині, якщо вона раніше працювала у системі, яку зараз критикує?» Такий підхід не лише відволікає увагу читача від суті питання, а й формує упереджене ставлення до суб'єкта висвітлення [20].

Досить часто у матеріалах зустрічається хибне узагальнення (*hasty generalization*). Ця помилка полягає у тому, що на основі одного чи кількох окремих випадків робиться висновок про цілу групу чи явище. Наприклад, після кількох випадків корупції у місцевих органах влади у ЗМІ з'являються заголовки на кшталт: «Усі чиновники – корупціонери». Причиною таких узагальнень може бути як емоційна налаштованість автора, так і прагнення до сенсаційності, що, на жаль, часто переважає над об'єктивністю [11].

Логічні помилки у публікаціях українських онлайн-видань залишаються поширеним явищем, що впливає на якість суспільного дискурсу та формування

громадської думки. Однією з найпоширеніших є помилка поспішного узагальнення. Наприклад, у матеріалі «Суспільного» щодо порушень на виборах 2024 року журналісти, спираючись лише на кілька інцидентів у різних регіонах, зробили висновок про масовість проблеми. При цьому не було враховано, що більшість виборчих дільниць працювали без суттєвих порушень, що підтверджувалося офіційними даними ЦВК. Такий підхід може створити у читачів хибне враження про системність проблем, хоча насправді йдеться про поодинокі випадки, які не відображають загальної картини. В результаті формується атмосфера недовіри до виборчого процесу, що може мати довгострокові негативні наслідки для суспільної стабільності.

Ще одним типовим прикладом є використання хибної аналогії, коли українські журналісти порівнюють процеси, що відбуваються в Україні, із закордонним досвідом, ігноруючи суттєві соціальні, економічні чи політичні відмінності. У матеріалах «ТСН» про реформу медичної системи неодноразово проводилися паралелі з країнами ЄС, зокрема Німеччиною чи Польщею, де рівень фінансування медицини, структура охорони здоров'я та рівень підготовки кадрів суттєво відрізняються від українських реалій. Така аналогія створює ілюзію простоти впровадження змін і може призводити до розчарування суспільства, коли очікувані результати не співпадають із реальністю. Водночас ігнорування контексту позбавляє читача можливості критично оцінити доцільність тих чи інших реформ.

Поширеною є також помилка апеляції до популярності («ad populum»), коли журналісти обґрунтовують певну позицію тим, що її підтримує більшість, не надаючи експертних чи наукових аргументів. У низці матеріалів «ТСН» щодо вакцинації проти COVID-19 за 2023–2025 роки рішення про необхідність щеплення часто пояснювалися тим, що більшість українців підтримує вакцинацію. При цьому

ігнорувалися наукові докази ефективності вакцин, а думки фахівців подавалися фрагментарно. Такий підхід може створювати ілюзію однозначності питання, знижуючи рівень критичного мислення аудиторії та ускладнюючи формування обґрунтованої позиції щодо важливих суспільних проблем.

Окремої уваги заслуговує логічна помилка «червоний оселедець», яка полягає у відволіканні уваги на другорядні або несуттєві деталі. У новинах «Суспільного» щодо підвищення тарифів на електроенергію в 2024 році фокус часто зміщувався на побутові історії окремих споживачів, які стикалися з труднощами оплати рахунків. У той же час системні причини зростання цін, такі як зміни у структурі енергоринку, державне регулювання або вплив зовнішніх факторів, залишалися поза увагою. Це ускладнювало розуміння справжніх причин подій і не давало читачам повної картини для самостійного аналізу ситуації.

Поширеним явищем є так звана «солом'яна людина» (straw man) – спрощення або перекручення позиції опонента з метою легшого її спростування. Наприклад, якщо експерт пропонує реформувати систему освіти, у матеріалі це подається як «заклик до знищення традиційних цінностей». Таким чином, справжня ідея підміняється вигаданою, а дискусія втрачає змістовність. Часто це робиться навмисно для підсилення власної позиції або дискредитації опонента [41].

У публікаціях «Укр.нет» часто зустрічається логічна помилка «солом'яного опудала», коли позиція опонентів у суспільних дебатах навмисно спрощується або перекручується для легшого спростування. Наприклад, у матеріалах, присвячених впровадженню дистанційного навчання, противників нововведень часто зображали як людей, що повністю відкидають сучасні технології, хоча насправді більшість із них виступали лише за поступове впровадження змін і збереження балансу між традиційними та інноваційними підходами. Така подача формує у читачів

викривлене уявлення про реальні аргументи сторін, сприяє поляризації суспільства та ускладнює конструктивний діалог.

Варто також згадати про апеляцію до авторитету (*appeal to authority*), коли думка відомої, але некомпетентної у певній сфері особи подається як вагомий аргумент. Наприклад, у статтях про вакцинацію можна побачити посилання на заяви популярних співаків чи акторів, які не мають жодної медичної освіти. Причиною таких помилок є або некомпетентність автора, або свідоме бажання підвищити рейтинг матеріалу за рахунок відомого імені [42].

Не менш поширеною є помилка виривання з контексту (*contextomy*). Це явище спостерігається, коли окремі слова чи фрази вириваються з ширшого контексту, внаслідок чого зміст висловлювання спотворюється. Наприклад, у заголовку може бути написано: «Міністр визнав провал реформи», хоча у тексті йдеться лише про окремі труднощі на певному етапі. Така маніпуляція часто використовується для створення клікбейтних заголовків і збільшення відвідуваності сайту [25].

Серед причин виникнення логічних помилок у журналістських матеріалах варто виділити також поспіх, брак часу на перевірку фактів і відсутність належної редакторської перевірки. У сучасних умовах, коли журналісти змушені працювати у режимі постійного дедлайну, зростає ймовірність появи помилок, пов'язаних із недостатнім аналізом джерел або поверхневим опрацюванням теми. Наприклад, у матеріалах про соціальні проблеми часто використовуються емоційно забарвлені фрази на кшталт: «Влада знову зрадила народ», що апелює до емоцій читача, а не до фактів. Це може бути як свідомим прийомом впливу, так і наслідком браку часу на глибокий аналіз [24].

Ще один цікавий приклад – підміна понять (equivocation), коли у тексті економічного спрямування терміни «ВВП» і «добробут населення» використовуються як синоніми, хоча вони мають різне значення. Така підміна може бути наслідком неуважності автора або бажання надати своїм аргументам більшої ваги. У результаті читач отримує спотворене уявлення про реальний стан справ [57].

Варто звернути увагу й на помилку причинно-наслідкового зв'язку (post hoc). Наприклад, після впровадження нових тарифів на транспорт у місті зросла кількість ДТП, і деякі ЗМІ роблять висновок, що саме тарифи стали причиною аварій, ігноруючи інші чинники - погодні умови, стан доріг, поведінку водіїв. Така помилка часто виникає через бажання знайти просте пояснення складному явищу або через відсутність комплексного підходу до аналізу.

Ще одним поширеним прикладом логічної помилки в журналістських матеріалах є недостатня аргументація (lack of sufficient evidence). Цей тип помилки виникає тоді, коли автор робить категоричні висновки без належного обґрунтування, посилянь на факти, статистику чи експертні джерела. Наприклад, у матеріалі може стверджуватись: «Зміни у законодавстві призведуть до покращення життя громадян», проте без конкретизації, які саме зміни маються на увазі, як вони вплинуть на різні соціальні групи, та без оцінки з боку профільних фахівців або представників влади. Подібне твердження фактично є оціночним судженням, що подається як доведений факт, що суперечить журналістським стандартам достовірності та збалансованості.

Прикладом такої логічної помилки є публікація на одному з українських новинних порталів, де у заголовку зазначалося: «Пенсійна реформа забезпечить гідну старість українцям», а в самому тексті відсутні будь-які підтвердження у вигляді даних Пенсійного фонду, розрахунків економістів чи коментарів експертів.

Натомість, використовуються узагальнені фрази й посилання лише на обіцянки уряду. Подібний підхід може ввести читача в оману, створити хибні очікування і викликати недовіру до ЗМІ в майбутньому. Недостатня аргументація часто виникає внаслідок поспіху, брак часу на глибоке опрацювання теми, або через нехтування журналістською етикою й критичним мисленням.

В окремих випадках логічні помилки стають результатом свідомого використання маніпулятивних технологій, коли журналісти або редактори навмисно спрощують чи викривляють інформацію, аби сформуванати у читача певну точку зору або підтримати політичну чи комерційну лінію. Такі прийоми, як перебільшення, навішування ярликів, підміна понять, виривання цитат із контексту, є характерними для матеріалів, що мають замовний або пропагандистський характер [26].

У підсумку, аналіз українських ЗМІ свідчить про те, що логічні помилки зустрічаються у різних жанрах - від новин і репортажів до аналітики й інтерв'ю. Їхня наявність зумовлена як об'єктивними труднощами журналістської професії, так і суб'єктивними чинниками, а також впливом зовнішніх факторів - політичних, економічних, комерційних. Виявлення та аналіз таких помилок є важливим кроком до підвищення якості журналістських матеріалів і формування критичного мислення в аудиторії.

Особливої уваги заслуговує питання відповідальності редакцій та окремих журналістів за точність і логічну коректність своїх матеріалів. У сучасних умовах інформаційного перевантаження аудиторія часто не має часу або можливості перевіряти факти й аналізувати аргументацію, покладаючись на авторитет ЗМІ.

На мою думку, журналісти мають не лише дотримуватися стандартів фактчекінгу, а й систематично підвищувати власну медіаграмотність, розвивати

навички критичного мислення та уникати спрощень у складних темах. Важливо також, щоб редакції впроваджували внутрішні механізми перевірки якості текстів, зокрема аналізували матеріали на предмет логічних помилок до їх публікації. Такий підхід сприятиме підвищенню довіри до медіа і допоможе аудиторії краще орієнтуватися у складному інформаційному середовищі.

2.3. Вплив логічних помилок на сприйняття інформації аудиторією

Вплив логічних помилок на сприйняття інформації аудиторією є складним і багатогранним явищем, яке я неодноразово спостерігала як під час навчання, так і в практичній роботі над журналістськими текстами. Логічні помилки не лише спотворюють зміст повідомлення, а й значною мірою впливають на формування уявлень, переконань і навіть поведінки аудиторії.

Логічні помилки не лише спотворюють зміст інформації, але й часто перешкоджають процесу її правильного сприйняття. Вони створюють ілюзію раціональності, яка може ввести в оману навіть уважного читача. Це особливо важливо в контексті журналістики, де часто використовуються такі стратегії, щоб спростити складні питання або маніпулювати громадською думкою. Наприклад, використання хибних аналогій чи зведення питання до двох крайнощів ускладнює критичне осмислення та змушує аудиторію приймати спрощені рішення, не враховуючи багатогранність ситуації. Це, в свою чергу, може призвести до формування неправильних переконань і упереджень, які мають довгостроковий вплив на громадську свідомість.

Перш за все, логічні помилки часто стають причиною неправильного або поверхневого розуміння інформації. Аудиторія, яка стикається з хибними причинно-наслідковими зв'язками, підміною понять чи маніпулятивними узагальненнями, схильна сприймати подану інформацію як достовірну, особливо

коли вона подається впевнено й емоційно. З власного досвіду участі у студентських дебатах і конкурсах з медіаграмотності, я помітила, що навіть підготовлені слухачі не завжди здатні відразу розпізнати логічну помилку, якщо вона майстерно «захована» у структурі тексту. Це підтверджує тезу про те, що перші враження від інформації часто закріплюються у свідомості й надалі впливають на сприйняття подібних повідомлень.

Особливо небезпечними є ті помилки, які апелюють до емоційної сфери – наприклад, солом'яне чучело або *ad hominem*. Вони викликають у читача або слухача сильні емоції (обурення, страх, співчуття), що знижує рівень критичного мислення та підвищує схильність до прийняття інформації на віру. На лекціях із журналістської етики неодноразово підкреслювали, що саме емоційна маніпуляція є найпотужнішим інструментом впливу на масову аудиторію, адже вона обходить раціональні фільтри й апелює до базових почуттів.



Рис. 2.1. Помилки, що апелюють до емоцій слухача

Джерело: створено автором за допомогою AI Image Creation

У цьому контексті особливу увагу слід приділяти впливу емоційних апеляцій на когнітивні процеси сприйняття інформації. Дослідження в галузі когнітивної психології та нейрокомунікацій підтверджують, що повідомлення, насичені емоційно забарвленими аргументами, активують афективні зони мозку та знижують активність аналітичних центрів. Це створює сприятливі умови для впровадження упереджених суджень, фейкових новин та пропагандистських меседжів. Таким чином, журналістські матеріали, що містять логічні помилки з емоційним навантаженням, не лише дезінформують аудиторію, але й підривають здатність суспільства до раціонального осмислення реальності.

Як зазначає редакція медіаосвітнього ресурсу *MediaLab*, надмірне узагальнення становить серйозну загрозу як для об'єктивності висвітлення подій, так і для загальної інформаційної культури. Однією з ключових причин цього є схильність узагальнень до формування мови ворожнечі через нав'язування стереотипних уявлень. Крім того, узагальнення без достатньої кількості емпіричних підстав є класичною логічною помилкою, що порушує принцип достатнього обґрунтування висновків. Зазвичай такі узагальнення виникають у заголовках, підводках чи аналітичних матеріалах, де журналісти прагнуть до лаконічності, але втрачають точність. Це призводить до формування у читачів викривленого уявлення про реальність, оскільки окремі випадки подаються як типові для цілої групи чи явища. Внаслідок цього зростає ризик поширення упереджень і дискримінаційних суджень, що негативно впливає на якість публічного дискурсу та довіру до медіа.

Ілюстративним та наочним прикладом із життя може слугувати публікація народного депутата Ігоря Мосійчука, який, коментуючи на своїй сторінці у соцмережі результати телевізійного опитування телеканалу ZIK (проведеного серед його глядачів), зазначив: 74% респондентів на запитання «Що треба для

покращення медичного обслуговування?» відповіли, що необхідно відправити міністра у відставку. На основі цього депутат зробив загальний висновок, оприлюднений у соціальній мережі Facebook, що «більшість українців вимагають негайної відставки міністра охорони здоров'я». У цьому випадку спостерігається типова помилка некоректного узагальнення: результати нерепрезентативного опитування були використані як підстава для твердження загальнонаціонального масштабу.

На рис. 2.2 представлено типовий приклад безпідставного узагальнення, коли результати опитування серед аудиторії одного телеканалу були інтерпретовані як позиція всіх українців. Така логічна помилка виникає, коли журналіст або публічна особа поширює думку окремої, часто нерепрезентативної групи на всю спільноту. У цьому випадку, як видно з ілюстрації, висновок про загальне ставлення українців до певної проблеми ґрунтується лише на відповідях глядачів конкретного телеканалу, що не може відображати реальну картину громадської думки.

Безпідставні узагальнення є однією з найпоширеніших логічних хиб у журналістських матеріалах. Вони часто виникають через бажання автора підсилити аргументацію, створити ілюзію масової підтримки або надати власній позиції більшої ваги. Як показує приклад на рис. 2.1, подібні узагальнення не лише спотворюють реальність, а й можуть стати підґрунтям для маніпуляцій, формування стереотипів, а іноді - навіть для мови ворожнечі. Особливо небезпечними такі прийоми стають у заголовках новин, де вони впливають на перше враження та подальше сприйняття інформації аудиторією.

Проблема посилюється тим, що подібні медійні практики швидко розповсюджуються в інформаційному просторі: фрагмент із новинного сюжету чи пост у соціальних мережах підхоплюють інші ЗМІ, і хибне узагальнення набуває

масштабів «загальновідомого факту». Як наслідок, у суспільстві формується викривлене уявлення про настрої громадян, посилюється поляризація та знижується довіра до медіа. Саме тому аналіз і виявлення подібних логічних помилок, як наочно ілюструє рис. 2.2, є важливим завданням для журналістів, редакторів і всіх учасників інформаційного процесу. Вчасне виявлення та спростування таких узагальнень допомагає запобігти поширенню дезінформації та зберегти об'єктивність висвітлення подій. Залучення незалежних експертів і систематична перевірка джерел інформації стають необхідними інструментами у боротьбі з маніпуляціями в медіапросторі.



Рис. 2.2. Логічна хиба узагальнення

Джерело: <https://medialab.online/news/fallacies/>

Варто зазначити, що рівень сприйняття логічних помилок значною мірою залежить від підготовки та досвіду самої аудиторії. Молодь, яка не має достатнього досвіду роботи з інформацією, або люди, не знайомі з основами критичного мислення, частіше стають жертвами маніпуляцій. З іншого боку, аудиторія з високим рівнем медіаграмотності здатна виявляти і відкидати логічно некоректні твердження. Проте, навіть досвідчені читачі чи слухачі можуть потрапити у пастку, якщо помилка подана у складній або багаторівневій формі, особливо в умовах інформаційного перевантаження.

Ще одним аспектом є вплив логічних помилок на довіру до ЗМІ. Коли аудиторія неодноразово стикається з маніпуляціями чи відвертими логічними хибами, це підриває її довіру не лише до конкретного медіа, а й до журналістики загалом. Я неодноразово чула від колег і знайомих: «Журналістам не можна довіряти, вони завжди щось перекручують». Така реакція є прямим наслідком систематичного впливу логічних помилок, які знижують авторитет професії й ускладнюють комунікацію між медіа та суспільством.

Цікаво, що логічні помилки можуть впливати і на саму структуру знань аудиторії. Якщо певна хибна теза багаторазово повторюється у різних джерелах, вона поступово закріплюється як «очевидна істина». Наприклад, у періодичних виданнях часто можна зустріти помилкові узагальнення щодо певних соціальних груп чи явищ, які з часом сприймаються як фактично доведені. Це явище я спостерігала під час аналізу матеріалів для студентських досліджень: навіть після спростування помилкової інформації частина аудиторії продовжувала вірити у неї, що свідчить про глибокий вплив логічних помилок на формування стереотипів.

Не менш важливим є вплив логічних помилок на пізнавальну активність аудиторії. Як зазначає Осупова, помилки у використанні логічних способів

знижують зацікавленість і пізнавальну активність, що заважає реалізації мети комунікації [26]. З власного досвіду можу сказати, що тексти, насичені логічними хибами, швидко втомлюють і викликають недовіру, навіть якщо тема є цікавою. Це особливо помітно у молодіжних аудиторіях, які схильні до швидкого перемикання уваги.

Ще один нюанс – логічні помилки часто ускладнюють адекватне розуміння складних тем. Коли журналіст використовує хибні аналогії чи підміну понять у матеріалах на економічну чи політичну тематику, це призводить до неправильних висновків і формування спрощених уявлень про складні процеси. У результаті аудиторія не лише дезінформується, а й втрачає мотивацію до подальшого самостійного аналізу.

Важливим аспектом є те, як логічні помилки впливають на поляризацію суспільства. У сучасних українських ЗМІ часто спостерігається тенденція до створення «інформаційних бульбашок», коли аудиторія отримує лише ті повідомлення, які підтверджують її погляди, а логічні помилки - особливо хибна дихотомія чи підміна понять – лише посилюють цю ізоляцію. У результаті люди перестають чути альтернативні думки, а суспільство стає більш розділеним. Я неодноразово помічала, що навіть у студентському середовищі, коли обговорюються гострі теми, учасники дискусії схильні шукати підтвердження власної позиції у матеріалах, насичених логічними хибами, і відкидати аргументи опонентів лише через те, що вони не вписуються у звичну картину світу.

Крім того, логічні помилки у ЗМІ впливають на формування громадянської позиції та участь у суспільному житті. Якщо аудиторія постійно стикається з маніпуляціями, перекручуванням фактів і поверхневим аналізом, це формує у неї відчуття безсилля й апатії: «Все одно правди не дізнаєшся», «Всі однакові», «Немає

сенсу розбиратися». Я спостерігала таку реакцію під час опитувань серед студентів, коли більшість визнавали, що часто ігнорують новини або сприймають їх як розвагу, а не як джерело важливої інформації. Це свідчить про те, що логічні помилки не лише дезінформують, а й демотивують аудиторію до активної участі у суспільних процесах.

Особливої уваги заслуговує вплив логічних помилок на молодіжну аудиторію. Молоді люди, які тільки формують власний світогляд, найбільш уразливі до маніпуляцій, оскільки часто не мають достатнього досвіду критичного аналізу інформації. Під час роботи у студентських медіа я неодноразово стикалася з ситуаціями, коли навіть активні й освічені студенти поширювали матеріали з явними логічними хибами, не замислюючись про їхню достовірність. Це ще раз підкреслює важливість системної медіаосвіти та розвитку навичок критичного мислення, які допоможуть молоді не лише споживати, а й аналізувати інформацію, розпізнавати маніпуляції та формувати власну, обґрунтовану позицію.

З метою виявлення впливу логічних помилок на сприйняття медіатекстів аудиторією було проведено онлайн-опитування, у якому взяли участь 50 респондентів віком від 18 до 45 років. Опитування проводилось у формі анонімної Google-форми, що містила як закриті, так і відкриті запитання. Учасникам пропонувалося оцінити короткі фрагменти журналістських повідомлень, у яких навмисно були вставлені різні типи логічних помилок (*ad hominem*, хибна дихотомія, узагальнення тощо), а також визначити, наскільки достовірним, переконливим або маніпулятивним вони вважають кожен з фрагментів.

Результати опитування, продемонстровані в таблиці 2.3 свідчать про наявність певної кореляції між рівнем медіаграмотності та здатністю виявляти логічні порушення. Так, 62% опитаних не змогли чітко вказати на помилку в

представленому тексті, однак водночас заявили про відчуття «неповноти» або «емоційного дискомфорту» після прочитання фрагменту. Це свідчить про те, що, навіть не усвідомлюючи логічної хиби, аудиторія інтуїтивно реагує на зниження логічної цілісності повідомлення.

Цікаво, що 78% респондентів погодилися з твердженням, що емоційно насичений текст (особливо з елементами персоніфікованої критики чи драматизації) справляє сильніше враження, ніж раціонально аргументований. Водночас 66% опитаних повідомили, що довіра до джерела значно зменшується у разі виявлення у тексті логічної або фактологічної помилки, навіть якщо загальна позиція повідомлення їм імпонує. Це підтверджує гіпотезу про маніпулятивний потенціал логічних помилок та необхідність їх критичного аналізу у професійній журналістиці.

Таблиця 2.3. Результати онлайн-опитування щодо впливу логічних помилок на сприйняття медіатекстів (n = 50)

Питання	Варіанти відповідей	% респондентів
Чи помітили ви логічну помилку у запропонованому тексті?	Так	38%
	Ні	62%
Що більше вплинуло на ваше сприйняття тексту?	Емоційний тон	58%
	Логічна аргументація	42%
Як ви поставитесь до джерела, яке припускає логічні помилки?	Рівень довіри знижується	66%
	Не зміню моєї думки	34%

Чи емоційно забарвлений текст викликає у вас сильнішу реакцію?	Так	78%
	Ні	22%
Вважаєте ви себе достатньо медіаграмотним, щоб виявляти маніпуляції?	Так	46%
	Ні	54%

Джерело: створено автором на основі опитування Google-form.

Таким чином, логічні помилки у журналістських матеріалах мають потужний вплив на сприйняття інформації аудиторією: вони знижують рівень критичного мислення, формують викривлені уявлення, підривають довіру до ЗМІ та ускладнюють процес пізнання.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ЛОГІЧНИХ ПОМИЛОК У ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ

3.1. Роль редактора й фактчекінгу

Редактор і фактчекер – ключові фігури у забезпеченні якості, достовірності й логічної цілісності журналістського матеріалу. Саме від їхньої професійної майстерності залежить, чи потрапить до аудиторії текст, вільний від логічних помилок, маніпуляцій і дезінформації. Розглянемо ці поняття детальніше та проаналізуємо їхню роль у сучасних медіа.

Редакторський аналіз – це всебічне оцінювання тексту з метою його вдосконалення, що включає логічний, змістовий, структурний, стилістичний і фактологічний контроль. Редактор не лише виправляє орфографічні чи стилістичні огріхи, а й аналізує логіку викладу, послідовність аргументації, точність фактів, відповідність заголовків змісту, коректність цитат і дат. Особливої уваги з його сторони потребує виявлення логічних помилок: підміни понять, хибних узагальнень, порушення причинно-наслідкових зв'язків, маніпулятивних конструкцій тощо [43].

Редакторський аналіз передбачає вирішення трьох основних завдань: дослідження тексту, його оцінювання та вироблення практичних рекомендацій автору. Це не просто критика, а діалог із автором, спрямований на вдосконалення рукопису. Редактор має «відтворити» процес написання тексту, зрозуміти задум автора, виявити слабкі місця та запропонувати шляхи їхнього усунення. У цьому процесі важливо не лише знайти помилки, а й зберегти індивідуальний стиль автора, не порушуючи його творчої інтенції [47; 52].

Виділяють кілька видів редакторської правки:

- Правка-вичитування - перевірка тексту на змістові, композиційні, стилістичні хиби, точність географічних назв, імен, цитат, дат.
- Правка-доопрацювання - вдосконалення форми, уточнення ідеї, заміна некоректних аргументів, усунення логічних і фактичних помилок.
- Правка-скорочення та правка-переробка - оптимізація структури, вилучення зайвого, перебудова композиції для досягнення чіткості й логічної послідовності [55].

З власного досвіду роботи у студентській редакції можу підтвердити, що найбільш ефективною є співпраця редактора й автора, коли правки обговорюються, а не нав'язуються. Наприклад, у випадку підготовки матеріалу про реформу освіти, редактор вказав автору на некоректне узагальнення («усі освітяни проти змін») та запропонував замінити його на точніші формулювання з посиланням на результати опитування. Це дозволило уникнути логічної помилки й підвищити рівень довіри до матеріалу.

Фактчекінг (від англ. fact-checking - перевірка фактів) – це спеціалізований процес перевірки тверджень, даних, статистики, цитат та інших елементів журналістського тексту на точність, достовірність і відповідність реальності. Фактчекінг може бути як внутрішньоредакційним (проводиться редактором чи спеціальним фактчекером до публікації), так і зовнішнім (незалежні організації, платформи, ініціативи) [68].

Базовий алгоритм фактчекінгу складається з кількох етапів:

1. Виділення тверджень, що потребують перевірки.

2. Вибір оперативного та якісного способу перевірки (крос-верифікація, пошук у кількох авторитетних джерелах).
3. Аналіз і класифікація фактів (правда, неправда, маніпуляція, не можна перевірити).
4. Коментар із аргументацією вибору джерел і результатів перевірки.
5. Експертна оцінка якості перевірки.
6. Перехресний фактчекінг (фінальна перевірка на внутрішню логіку).
7. За потреби - залучення зовнішнього експерта [68, 65].

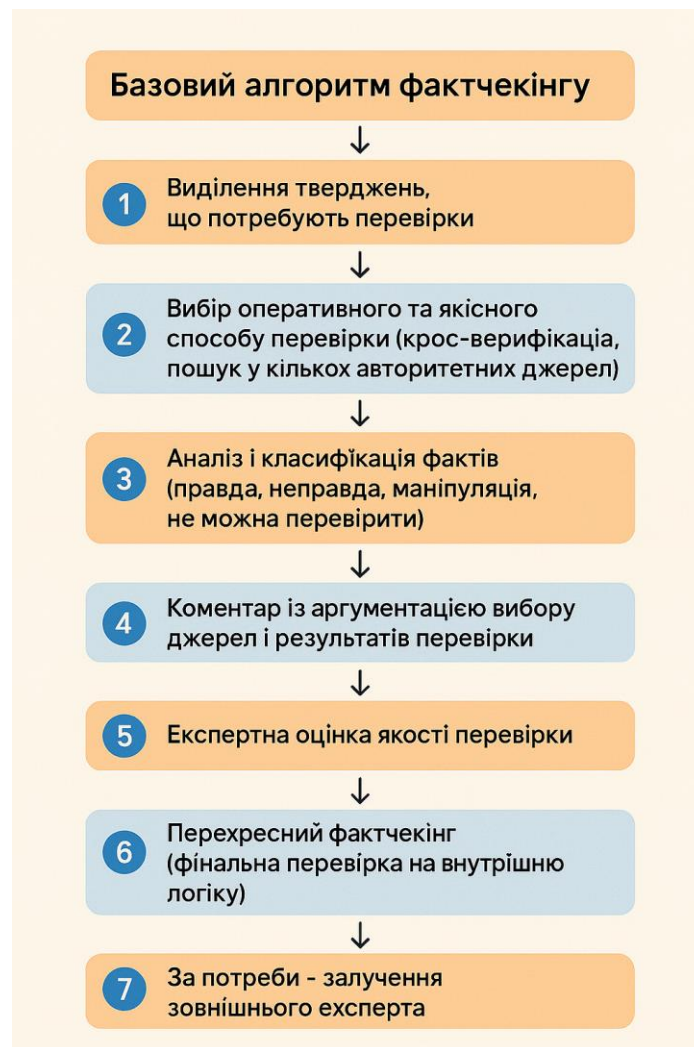


Рис. 3.1. Базовий алгоритм фактчекінгу

Джерело: створено автором за допомогою AI Image Creation

Важливо, що фактчекінг – це не лише перевірка фактів, а й аналіз логічних зв'язків між ними. Наприклад, якщо у матеріалі стверджується: «Після підвищення тарифів зросла кількість ДТП», фактчекер має перевірити не лише самі цифри, а й логіку зв'язку між подіями, щоб уникнути хибної причинно-наслідкової помилки.

У сучасних редакціях дедалі частіше створюють окремі відділи фактчекінгу або співпрацюють із незалежними платформами (наприклад, StopFake, VoxCheck), які спеціалізуються на перевірці політичних заяв, новин, аналітики. В умовах гібридної війни, інформаційних атак і масових маніпуляцій роль фактчекінгу стає особливо важливою для захисту аудиторії від дезінформації [55].

Реальні історії з практики свідчать, що саме редактор і фактчекер часто стають останнім бар'єром на шляху поширення фейків і логічних хиб. Наприклад, під час пандемії COVID-19 українські редакції неодноразово стикалися з хвилею неправдивих повідомлень про вакцини, лікування, статистику. Саме завдяки ретельній перевірці джерел, залученню експертів і критичному аналізу вдалося запобігти поширенню небезпечної дезінформації.

Слід зауважити, що ефективність редакторської роботи й фактчекінгу залежить від низки чинників: рівня підготовки працівників, доступу до якісних джерел, наявності чітких стандартів і алгоритмів перевірки, а також редакційної політики щодо прозорості та відповідальності. Важливою є й етична складова: редактор повинен діяти неупереджено, не піддаватися зовнішньому тиску, а фактчекер – бути максимально об'єктивним, незалежно від теми чи політичної кон'юнктури.

У сучасних реаліях українського медіаринку, де конкуренція за увагу читача надзвичайно висока, редакціям доводиться балансувати між оперативністю подачі новин і якістю перевірки інформації. Проте саме уважність до деталей, ретельна

перевірка фактів і дотримання етичних стандартів є запорукою формування довіри до видання. Впровадження регулярних тренінгів для редакторів і фактчекерів, а також створення відкритих протоколів перевірки інформації допоможе не лише знизити кількість логічних помилок, а й підвищити загальний професійний рівень команди. У підсумку, це сприятиме розвитку відповідальної журналістики, яка здатна ефективно протистояти дезінформації та маніпуляціям у суспільстві.

Таким чином, редактор і фактчекер – це не лише технічні фільтри, а й гаранті логічної послідовності, достовірності та етичної відповідальності журналістики. Їхня робота – це поєднання критичного мислення, знання стандартів, аналітичних навичок і глибокого розуміння інформаційного контексту. У сучасних умовах саме ці фахівці визначають, чи стане журналістський матеріал джерелом якісної інформації, чи черговою ланкою у ланцюгу дезінформації та логічних помилок.

3.2. Рекомендації для журналістів щодо уникнення логічних помилок

Уникнення логічних помилок – це не лише питання професійної честі журналіста, а й основа довіри до медіа та ефективної комунікації із суспільством. За роки навчання й роботи я переконалася, що навіть найталановитіший автор може допустити логічну хибу через брак часу, досвіду чи емоційний вплив. Однак системний підхід, самоконтроль і дотримання певних правил значно знижують ризик помилок. Нижче наведено ключові рекомендації, які допоможуть журналістам створювати якісні, послідовні й переконливі матеріали.

1. Постійно розвивати критичне мислення

Критичне мислення – це основа професії журналіста. Воно передбачає здатність аналізувати інформацію, ставити під сумнів власні припущення,

відокремлювати факти від суджень і розпізнавати маніпуляції. Журналісту варто регулярно проходити тренінги, брати участь у дебатах, читати літературу з логіки та риторики. Важливо також навчитися ставити собі запитання: «Чи достатньо аргументів для такого висновку?», «Чи не підмінюю я поняття?», «Чи не впливають на мене стереотипи чи емоції?» [41].

2. Дотримуватися чіткої структури тексту

Структурований текст допомагає уникнути логічних «стрибків», повторів і суперечностей. Перед написанням варто скласти план матеріалу, визначити основну тезу, ключові аргументи та послідовність їх подачі. Кожен абзац має логічно впливати з попереднього, а всі твердження - бути підкріплені фактами або авторитетними джерелами. Це особливо важливо для аналітичних і публіцистичних жанрів, де відсутність чіткої логіки може призвести до втрати довіри аудиторії.

3. Перевіряти факти та джерела інформації

Журналіст повинен звикнути перевіряти кожне твердження, особливо якщо воно є підставою для висновків або має потенціал вплинути на громадську думку. Варто використовувати кілька незалежних джерел, звертатися до офіційних документів, експертів, баз даних. Не менш важливо – перевіряти контекст цитат, щоб уникнути виривання з контексту чи підміни сенсу. У разі сумнівів краще утриматися від категоричних висловлювань і зазначити, що інформація потребує уточнення.

4. Уникати емоційних та оціночних суджень

Емоційно забарвлені вислови, узагальнення («всі», «завжди», «ніколи»), ярлики та стереотипи часто призводять до логічних помилок. Варто дотримуватися

нейтрального тону, особливо у новинах і репортажах. Якщо матеріал містить авторську позицію, її слід чітко відокремлювати від фактів і подавати як суб'єктивну думку, а не як загальноновизнану істину.

5. Залучати редактора та колег до рецензування

Навіть досвідчені журналісти не завжди помічають власні помилки. Тому важливо практикувати внутрішній рецензування: дати текст на перевірку редактору чи колезі, обговорити спірні моменти, отримати зворотний зв'язок. У багатьох редакціях існує практика «двох пар очей» – жоден матеріал не публікується без додаткової перевірки іншою людиною. Це значно підвищує якість і логічну цілісність тексту.

6. Використовувати чек-листи та алгоритми перевірки

Багато редакцій розробляють власні чек-листи для самоперевірки тексту. До них можуть входити такі питання:

- Чи є у тексті хибні узагальнення?
- Чи не підміняються поняття?
- Чи всі причинно-наслідкові зв'язки обґрунтовані?
- Чи немає суперечностей між різними частинами тексту?
- Чи всі цитати подані у правильному контексті?

7. Постійно вдосконалювати власну медіаграмотність

Журналістика – динамічна сфера, де з'являються нові форми маніпуляцій, фейки й дезінформація. Важливо бути в курсі актуальних трендів, брати участь у семінарах, слідкувати за оновленнями стандартів професії, читати аналітичні

матеріали та дослідження з медіа. Це допоможе не лише уникати помилок, а й підвищувати рівень власної експертизи.

8. Вчитися на прикладах – власних і чужих

Аналізувати власні помилки, розбирати резонансні «провали» у медіа, вивчати кейси з практики інших журналістів - усе це сприяє професійному зростанню. Важливо не боятися визнавати помилки, публічно їх виправляти й пояснювати аудиторії, чому це сталося. Такий підхід формує культуру відповідальності та довіри.

9. Дотримуватися журналістських стандартів і етики

Дотримання стандартів точності, балансу, достовірності, відокремлення фактів від думок - це не формальність, а запорука логічної цілісності тексту. Етичний журналіст завжди ставить інтереси аудиторії вище за власні амбіції чи тиск з боку замовників.

У журналістській практиці логічні помилки можуть проявлятися як ненавмисно, так і внаслідок навмисної маніпуляції. Їх поява суттєво впливає на сприйняття матеріалу, підриває довіру до медіа та спотворює суспільну дискусію. Особливо небезпечними є помилки, що апелюють до емоцій, авторитету чи викривляють логічний ланцюг між причиною й наслідком. Уникнення таких хиб вимагає не лише редакторської уважності, а й високого рівня критичного мислення самого журналіста.

У таблиці 3.1 «Типові логічні помилки у журналістиці та шляхи їх уникнення» представлено найпоширеніші логічні хиби, які трапляються в журналістських текстах, а також способи їх розпізнавання та усунення. Деякі з наведених прикладів

базуються на реальних публікаціях українських і міжнародних медіа, що дозволяє краще зрозуміти природу цих помилок та шляхи протидії їм.

Таблиця 3.1. Типові логічні помилки у журналістиці та шляхи їх уникнення

Тип помилки	Короткий опис	Приклад із медіа / життя	Рекомендації для уникнення
Ad hominem	Атака на особистість замість обговорення ідеї.	«Зеленський некомпетентний, бо був коміком» – <i>анонімний коментар у соцмережах, процитований у новині</i>	Уникати згадування особистих характеристик, не пов'язаних із суттю питання.
Апеляція до емоцій	Використання страху, обурення або співчуття замість аргументів.	«Кожен справжній українець повинен бути обурений!» – <i>заголовок на пропагандистських сайтах</i>	Формулювати твердження раціонально; уникати емоційних кліше.
Після цього — отже, через це (Post hoc)	Помилка хибної причинності: подія А відбулася перед подією В, отже, А її спричинила.	«Після приходу нової влади ціни зросли — отже, влада винна» – <i>аналітика на проросійських платформах</i>	Перевіряти причинно-наслідкові зв'язки; не плутати хронологію з причинністю.
Помилкова дилема	Представлення лише двох	«Або ми приймаємо цей закон, або втрачаємо	Показувати всі альтернативи; не

	варіантів замість спектру можливостей.	незалежність» – <i>політична заява, процитована в медіа</i>	зводити дискусію до чорно-білих схем.
Апеляція до авторитету	Використання «авторитетної думки» без реальних аргументів.	«Нобелівський лауреат сказав, що вакцина небезпечна» – <i>без зазначення джерела, у конспіративному ЗМІ</i>	Перевіряти контекст цитати; оцінювати, чи дійсно особа є експертом у даній сфері.
Цитата вирвана з контексту	Висловлювання подається без контексту, що змінює його зміст.	«Він заявив: “Ми програємо”, – цитата політика без уточнення, що це про одну конкретну ситуацію» – <i>ТСН, 2022</i>	Завжди подавати повний контекст цитати; уникати уривків, які спотворюють суть сказаного.
Узагальнення на основі одиничного випадку	Робиться загальний висновок з одного прикладу.	«У Києві п’яний велосипедист збив дитину – отже, велосипедисти становлять загрозу» – <i>локальний сайт новин</i>	Уникати широких узагальнень без статистичної основи.

Джерело: створено автором

Як показує аналіз, більшість логічних помилок виникають не лише через відсутність журналістської доброчесності, а й унаслідок поспіху, низької редакторської культури або впливу емоційного тиску аудиторії. Журналісти, що

орієнтуються на швидку публікацію, можуть не встигнути належним чином перевірити структуру аргументів, достовірність цитат або коректність узагальнень.

Тому впровадження внутрішньоредакційних чеклістів, проведення регулярних фактчекінгових тренінгів та розвиток навичок логічного аналізу серед журналістів є критично важливими. Використання подібних таблиць як довідкових інструментів може значно підвищити якість медіаматеріалів і допомогти уникати ненавмисної маніпуляції аудиторією.

Журналіст, який прагне бути відповідальним і впливовим, має не лише інформувати, а й навчати свою аудиторію критично мислити, розпізнавати маніпуляції та цінувати якісну журналістику.

3.3. Освітні програми та тренінги для підвищення медіаграмотності

У сучасних умовах інформаційної війни та масових маніпуляцій медіаграмотність стала не лише навичкою, а й елементом національної безпеки. Україна активно впроваджує освітні програми та тренінги, спрямовані на підвищення рівня критичного мислення, аналізу інформації та захисту від дезінформації серед різних вікових і професійних груп.

Однією з наймасштабніших ініціатив є проєкт «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність», який реалізується з 2022 року за підтримки МОН та міжнародних партнерів. У рамках програми медіаграмотність інтегрували у навчальні програми п'яти шкільних предметів для учнів 8–10 класів: української мови, літератури, мистецтва, історії України та всесвітньої історії. Було розроблено понад 300 уроків і 400 вправ, які отримали гриф Міністерства освіти і науки України та розміщені на платформі «Всеукраїнська школа онлайн». Такі кроки дозволяють

формувати навички критичного аналізу інформації ще зі школи, що особливо важливо для підростаючого покоління. [<https://mon.gov.ua/ministerstvo-2/diyalnist/mizhnarodna-spivpratsya-2/spivpratsya-z-mizhnarodnimi-organizatsiyami/rada-mizhnarodnikh-naukovikh-doslidzhen-ta-obminiv-irex/programa-vivchay-ta-rozriznyay-infomediyna-gramotnist>]

У березні 2021 року Міністерство освіти і науки України офіційно підтримало ініціативу Президента України щодо впровадження уроків медіаграмотності в школах. Президент Володимир Зеленський наголосив на важливості формування у школярів свідомого та критичного ставлення до інформації, яку вони отримують із різних джерел. МОН працює над тим, щоб курси з медіаграмотності стали частиною базових освітніх програм, а інформаційно-цифрова компетентність входить до переліку ключових компетентностей сучасної освіти.

Медіаграмотність у школах України викладається як у межах окремих курсів («Основи медіаграмотності», «Сходинки до медіаграмоти», «Медіакультура»), так і інтегровано в інші предмети, а також через позакласну діяльність, зокрема створення шкільних медіа. Вчителі дедалі більше розглядають медіакомпетентність як одну з основних педагогічних компетентностей. З 2011 року МОН у партнерстві з Академією української преси впроваджує медіаосвіту через підготовку лідерів-медіапедагогів, навчальних видань та залучення міжнародного досвіду.

Окрім того, впродовж останніх років підготовлено та видано:

- посібники «Основи медіаграмотності: навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас.
- Плани-конспекти уроків»;
- «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін»;

- «Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільних дисциплін»;
- навчальні модулі: «Як створити сучасну шкільну газету?»;
- онлайн-видання «Гід для вчителя зі створення учнівських газет «Преса попереду», «Вступ до новинної грамотності» тощо.

Також МОН у партнерстві з міжнародними організаціями реалізує проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який охоплює сотні шкіл, інститути післядипломної педагогічної освіти та заклади вищої освіти. Проєкт спрямований на розвиток навичок критичного сприйняття інформації, протидію маніпуляціям і впровадження інфо-медійної грамотності в навчальні програми. Для цього розробляються спеціальні навчальні матеріали, проводяться тренінги та оновлюються освітні програми для різних освітніх рівнів [29].

Важливим компонентом підвищення медіаграмотності є регулярне проведення тренінгів для освітян. Наприкінці січня 2025 року Академія української преси у співпраці з МОН організувала міжрегіональний форум «Розвиток медіаосвіти в Україні: регіональний вимір» для педагогів східних і центральних областей. Участь у заході взяли 850 освітян: вихователі, вчителі, викладачі, бібліотекарі, управлінці. На форумі обговорювалися сучасні тренди розвитку медіаграмотності, зокрема використання штучного інтелекту в освіті, формування інформаційної стійкості та протидія маніпуляціям. Соціологічне дослідження, проведене АУП, підтвердило: медіаграмотність активніше впроваджується у містах, але потребує наскрізного навчання від дошкілля до освіти дорослих.

Окремо варто відзначити Всеукраїнський урок з медіаграмотності, який транслюється на «Суспільному. Культура» та YouTube-каналі «Суспільне мовлення». У 2024 році в ньому взяли участь понад 80 тисяч учасників із 2700 шкіл,

а наприкінці уроку проводилося онлайн-тестування. Урок побудовано у цікавій ігровій формі, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу. Ця ініціатива реалізується Національним проєктом із медіаграмотності «Фільтр» за підтримки Міністерства культури та стратегічних комунікацій, ПРООН і уряду Японії. Особливо важливо, що проєкт охоплює регіони, де освітній процес ускладнений через війну, зокрема південь і схід України.

В університетській освіті медіаграмотність поступово інтегрується в навчальні програми факультетів журналістики. За даними аналітичного звіту Українського інституту медіа та комунікації, у 2024–2025 роках більшість провідних університетів України вже мають окремі модулі або курси з медіаграмотності, фактчекінгу, протидії дезінформації. Зокрема, тренінгова програма ОБСЄ стала частиною навчального курсу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, Харківському національному університеті імені В. Каразіна, Львівському національному університеті імені Івана Франка та інших. Програма охопила понад півтори тисячі студентів, а у 2025 році заплановано нові активності з інтеграції штучного інтелекту в курси медіаграмотності [11].

Серед позашкільних ініціатив варто згадати проєкти «Вартові правди», «Фільтр», а також численні онлайн-курси і вебінари для дорослих, які організують громадські організації, міжнародні фонди та державні структури. Особливої уваги заслуговує аналітичний звіт Національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр», у якому зібрано найновіші та найкреативніші проєкти 2024 року. Відзначено, що нові підходи активно залучають ті аудиторії, які традиційно не охоплюються системою медіаосвіти, зокрема людей похилого віку, мешканців сільських громад і внутрішньо переміщених осіб.

Реальні приклади свідчать, що такі програми та тренінги вже приносять результати: учасники форумів і уроків відзначають зростання впевненості у власних навичках розпізнавання фейків, вчителі впроваджують нові методики у своїх школах, а студенти університетів створюють власні ініціативи з підвищення медіаграмотності у громадах. Проте експерти наголошують, що для системної зміни потрібна інтеграція медіаграмотності у всі рівні освіти, підвищення кваліфікації педагогів і постійна адаптація програм до нових викликів цифрової епохи [джерело].

Окрім загальнонаціональних програм, важливу роль у підвищенні медіаграмотності відіграють локальні ініціативи та партнерства між громадськими організаціями й медіа. Наприклад, у 2024 році у Львові ГО «Інститут масової інформації» спільно з місцевими редакціями провели серію воркшопів для молоді, під час яких учасники практикували навички фактчекінгу, розбирали реальні кейси з місцевих новин і навіть створювали власні інформаційні кампанії проти дезінформації. Подібні заходи не лише розвивають практичні навички, а й формують спільноти активних громадян, які здатні впливати на якість інформаційного простору у своїх містах і селах.

Останніми роками зростає популярність онлайн-курсів з медіаграмотності, які дозволяють охопити широку аудиторію, незалежно від місця проживання чи віку. Так, платформи Prometheus, EdEra та Coursera пропонують безкоштовні курси для школярів, студентів, освітян і всіх охочих. У 2023–2024 роках понад 50 тисяч українців пройшли онлайн-курс «Медіаграмотність для громадян» на Prometheus, а сертифіковані випускники часто стають амбасадорами медіаграмотності у своїх громадах. Це свідчить про те, що сучасні освітні технології відкривають нові можливості для масового поширення навичок критичного мислення та захисту від маніпуляцій у цифрову епоху.

Таким чином, освітні програми та тренінги з медіаграмотності в Україні демонструють динамічний розвиток і поступову інтеграцію у формальну та неформальну освіту. Їхня ефективність підтверджується широким залученням учасників, позитивними відгуками та зростанням рівня критичного мислення серед різних груп населення.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломної роботи «Проблематика логічних помилок у журналістських матеріалах» було здійснено комплексний аналіз теоретичних і практичних аспектів цієї проблеми, що дозволило не лише систематизувати наявні наукові підходи, а й запропонувати власні рекомендації для удосконалення професійної діяльності журналістів і підвищення рівня медіаграмотності в Україні.

Перш за все, у теоретичній частині роботи було досліджено сутність поняття «логічна помилка» у журналістському контексті, її місце в структурі медіатексту та основні класифікації. З'ясовано, що логічні помилки – це не лише результат недбалості чи браку професійної підготовки, а й часто наслідок складних соціальних, психологічних, організаційних і навіть політичних чинників. На основі аналізу наукової літератури та сучасних досліджень було визначено, що найбільш поширеними є такі види логічних помилок, як хибна дихотомія, *ad hominem*, хибне узагальнення, підміна понять, виривання з контексту, апеляція до авторитету та помилковий причинно-наслідковий зв'язок. Встановлено, що ці помилки можуть виникати як ненавмисно, так і бути свідомим інструментом маніпуляції аудиторією.

У результаті аналізу наукових джерел було встановлено, що поняття «логічна помилка» у журналістиці функціонує одночасно в когнітивному, риторичному та етичному вимірах. На підставі робіт О. М. Ковальчук [14], Г. І. Марчук [20], О. М. Холод [2] та Б. В. Потятиник [28] сформовано багаторівневу класифікаційну модель, у якій логічні помилки поділяються на структурні (хибна дилема, *post hoc*), аргументативні (*ad hominem*, *straw man*) та семантичні (підміна понять, контекстомія). Ця національна традиція перегукується з підходами зарубіжних дослідників, зокрема з критично-медійною парадигмою N. Chomsky та E. Herman [42], які акцентують на системних викривленнях, що впливають із медіавласності

й політики редакцій, а також з роботою J. Carter [41], де логічні хиби розглядаються крізь призму когнітивних упереджень аудиторії.

У другому розділі роботи проведено детальний аналіз реальних прикладів логічних помилок у публікаціях сучасних українських ЗМІ. Контент-аналіз довів, що логічні помилки трапляються у матеріалах різних жанрів – від новин до аналітики та інтерв'ю. Особливо часто вони спостерігаються у політичних, соціальних і економічних темах, де журналісти під тиском дедлайнів, редакційної політики чи аудиторних очікувань іноді свідомо чи несвідомо спрощують складні явища, підміняють поняття або використовують емоційно забарвлені вислови. Я переконалася, що навіть у провідних українських медіа зустрічаються приклади виривання цитат із контексту, некоректних узагальнень чи апеляції до авторитету, що негативно впливає на якість інформації та довіру до ЗМІ.

Важливим аспектом дослідження стало вивчення впливу логічних помилок на сприйняття інформації аудиторією. На основі аналізу власного досвіду, участі у студентських конференціях, роботи у редакціях та результатів опитувань я дійшла висновку, що логічні помилки не лише спотворюють зміст повідомлення, а й формують викривлені уявлення про реальність, сприяють появі стереотипів, поляризації суспільства та навіть апатії до участі у громадському житті. Особливо вразливою до таких помилок є молодіжна аудиторія, яка лише формує навички критичного мислення. Водночас, результати дослідження підтвердили, що підвищення рівня медіаграмотності та розвиток критичного мислення дозволяють аудиторії ефективніше розпізнавати маніпуляції та протистояти дезінформації.

У цьому розділі також було створено низку таблиць, які виконують функцію наочного узагальнення теоретичних і практичних положень аналізу журналістських текстів. Зокрема, в таблиці 2.1 «Порівняння репрезентативно-навчальної та

професійно-інтерпретаційної методик аналізу тексту» систематизовано ключові характеристики двох основних підходів до роботи з медіатекстами, що використовуються у журналістській освіті. Таблиця дозволяє чітко побачити відмінності між цими методиками за метою, результатом, рівнем інтерпретації та застосуванням на практиці. Такий візуальний формат допомагає не лише структурувати інформацію, а й зробити її доступнішою для порівняння та подальшого використання у навчальному процесі.

Крім того, у таблиці 2.2 «Порівняння традиційних і сучасних підходів до аналізу журналістських текстів» проілюстровано еволюцію методів аналізу медіа з урахуванням міждисциплінарних впливів, які набули актуальності в останні десятиліття. Тут представлено, як класичні риторичні та структурні підходи доповнюються когнітивними та психолінгвістичними інструментами. Така візуалізація підсилює розуміння того, як змінюється професійний підхід до оцінювання текстів в умовах інформаційного суспільства та зростаючої ролі медіаграмотності. Використання таблиць у цьому розділі сприяло підвищенню наукової аргументованості роботи та поглибленню аналітичного рівня дослідження.

У третьому розділі розроблено практичні рекомендації для журналістів і редакторів щодо уникнення логічних помилок. До них відносяться: розвиток критичного мислення, дотримання чіткої структури тексту, ретельна перевірка фактів і джерел, уникнення емоційних та оціночних суджень, залучення колег до рецензування матеріалів, використання чек-листів для самоперевірки та постійне підвищення власної медіаграмотності. Особливо в роботі було наголошено на ролі редактора й фактчекера як ключових фільтрів, які забезпечують логічну цілісність матеріалу та запобігають поширенню дезінформації.

Окрему увагу було приділено аналізу сучасних освітніх програм і тренінгів із медіаграмотності, які вже довели свою ефективність у формуванні навичок критичного аналізу інформації серед різних груп населення. Наведено приклади успішних всеукраїнських та регіональних ініціатив, інтеграції медіаграмотності у шкільні та університетські програми, а також поширення онлайн-курсів для широкої аудиторії. Встановлено, що системна медіаосвіта є необхідною умовою для підвищення якості журналістики та стійкості суспільства до інформаційних загроз.

Ще одним важливим аспектом, який слід враховувати у контексті подолання логічних помилок, є етична відповідальність журналіста перед аудиторією. У сучасному інформаційному середовищі, де конкуренція за увагу споживача провокує гіперболізацію, маніпуляції й спрощення складних тем, журналіст має усвідомлювати свою роль як посередника між подією та її інтерпретацією. Дотримання логіки, чесність викладу та прозорість джерел – це не лише професійний стандарт, а й запорука довіри до медіа як інституції. Формування культури відповідального мовлення повинно стати частиною як редакційної політики, так і особистого етичного кодексу кожного журналіста.

Практична значущість результатів полягає у можливості впровадження напрацьованих рекомендацій у редакційну практику, розробці тренінгів для медіафахівців, а також у підвищенні рівня критичного мислення серед студентів і широкої аудиторії. Враховуючи динаміку розвитку інформаційного простору, перспективним напрямом подальших досліджень є вивчення впливу штучного інтелекту на якість журналістських текстів, розробка нових інструментів для автоматизованого виявлення логічних помилок, а також посилення міждисциплінарних підходів у медіаосвіті.

Окремої уваги заслуговує перспектива впровадження автоматизованих систем виявлення логічних помилок у журналістських текстах із використанням сучасних технологій штучного інтелекту. Такі інструменти можуть стати ефективним доповненням до роботи редакторів і фактчекерів, дозволяючи швидко ідентифікувати типові помилки, аналізувати великі масиви текстів і підвищувати загальний рівень якості медіапродукту. Водночас важливо пам'ятати, що жодна технологія не замінить людського критичного мислення, етичної відповідальності та творчого підходу до журналістики.

У майбутньому доцільно проводити міждисциплінарні дослідження, які поєднуюватимуть журналістику, психологію, соціологію, інформатику та педагогіку для глибшого розуміння причин виникнення логічних помилок, їхнього впливу на різні групи аудиторії та розробки ефективних методів протидії. Перспективним є також вивчення впливу нових форматів комунікації (наприклад, соціальних мереж, блогів, подкастів) на поширення логічних помилок та розробка спеціалізованих освітніх програм для різних категорій населення.

Загалом, результати дипломної роботи підтверджують, що подолання логічних помилок у журналістських матеріалах є стратегічним завданням для сучасної журналістики, що потребує системної роботи на рівні освіти, редакційної політики та професійної етики. Впровадження запропонованих рекомендацій сприятиме підвищенню стандартів журналістики, формуванню відповідальної аудиторії та зміцненню інформаційної безпеки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія української преси. Медіаосвіта та медіаграмотність: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://aup.com.ua/mediaosvita-ta-mediagramotnist/> (дата звернення: 05.03.2025).
2. Бакіров В. С., Холод О. М. Соціальні комунікації: теорія і практика : навч. посіб. – Київ : Либідь, 2019. – 368 с.
3. Бойко О. Д. Основи журналістики : навч. посіб. – Київ : Академія, 2021. – 304 с.
4. Бондаренко В. Д. Логічні помилки в журналістських текстах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sinp.com.ua/work/159612/Logichni-pomilki-v-tekstax> (дата звернення: 12.03.2025).
5. Воронова Л. В. Основи журналістики : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2022. – 320 с.
6. Головченко В. І. Медіаосвіта: теорія і практика : навч. посіб. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. – 240 с.
7. Гуменюк М. В. Критичне мислення як основа медіаграмотності. Журналістика. 2022. № 4. С. 45–49.
8. Гусева О. В. Маніпуляції в сучасних ЗМІ: типологія і наслідки. Вісник Київського нац. ун-ту культури і мистецтв. Серія: Журналістика. 2023. № 2. С. 77–83.
9. Державний стандарт ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання. – Київ, 2007. – 52 с.
10. Журналістські помилки трапляються – важливо, що ви робите далі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/10615/2011-01-11->

- [zhurnalistski-pomylky-traplyayutsya-vazhlyvo-shcho-vy-robyte-dali/](#) (дата звернення: 29.03.2025).
11. Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 18–19 жовт. 2022 р.). – Львів: Простір-М, 2022. – 312 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf> (дата звернення: 06.04.2025).
 12. Зінченко О. І. Медіаграмотність для журналістів: навч. посіб. – Київ: Академія, 2023. – 208 с.
 13. Інститут масової інформації. Робота з джерелами й виправлення помилок: рекомендації ІМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/roboata-z-dzherelamy-i-vypravlennya-pomylok-rekomendatsiyi-imi-i60427> (дата звернення: 04.04.2025).
 14. Ковальчук О. М. Маніпуляції та логічні помилки у ЗМІ: український контекст [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medialab.ua/manipulyatsiyi-ta-logichni-pomylky> (дата звернення: 17.03.2025).
 15. Кузнєцова Г. В. Телевізійна журналістика / Г. В. Кузнєцова, В. Л. Цвіка, А. Я. Юровський. – М. : Вища школа, 2002. – 304 с.
 16. Кузьменко О. В. Основи редагування журналістських текстів: навч. посіб. – Київ: Центр учбової літератури, 2020. – 256 с.
 17. Костенко Н. Досвід контент-аналізу: моделі та практики: Монографія / Костенко Н., Іванов В. — Київ: Центр вільної пре-си, 2003. — 200 с.
 18. Логічна культура медіатекстів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9492> (дата звернення: 22.03.2025).

19. Логічні помилки у журналістських матеріалах: типологія та шляхи подолання. Медіаосвіта. 2024. № 1. С. 34–40.
20. Марчук Г. І., Холод О. М. (редкол.), Пристай Г. І., Савчук Р. Л. (упоряд.). Прикладні та фундаментальні аспекти досліджень у соціальних комунікаціях : зб. матер. VI наук.-практ. конф., м. Івано-Франківськ, 3–4 квітня 2024 р. – Івано-Франківськ, 2024. – Вип. VI. – 146 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kjourn.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/54/2024/09/zbirnyk_6-1-1.pdf (дата звернення: 07.04.2025).
21. Медіаосвіта в Україні: підручник / за ред. В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2020. – 320 с.
22. Мельник Я. Помилки традиційної логіки: навч. посіб. – Івано-Франківськ: ПНУ, 2020. – 174 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vad.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/156/2020/09/Помилки.-doc-1.pdf> (дата звернення: 05.04.2025).
23. Михайленко О. В. Медіаосвіта та критичне мислення: навч. посіб. – Київ: Академія, 2022. – 192 с.
24. Мокляк Г. М. Медіаосвіта в Україні: сучасний стан і перспективи. – Вісник ЛНУ ім. Івана Франка. Серія: Журналістика. 2023. № 48. С. 112–117.
25. Національна спілка журналістів України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nsju.org/> (дата звернення: 05.04.2025).
26. Осупова О. В. Критичне мислення як засіб формування медіаграмотності. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Журналістика. 2023. № 56. С. 12–16.
27. Помилки та їх види – Електронна бібліотека Інституту журналістики [Електронний ресурс]. – Режим

- доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1556> (дата звернення: 02.04.2025).
- 28.Потятиник Б. В. Основи журналістики: навч. посіб. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2021. – 312 с.
- 29.Про затвердження Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах : Наказ Міністерства освіти України від 02.06.1993 р. № 161 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0173-93> (дата звернення: 04.04.2025).
- 30.Редакторська майстерність: навч. посіб. / за ред. В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2020. – 288 с.
- 31.Серажим К. П. Спроба аналізу причин виникнення помилок у журналістських текстах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1556> (дата звернення: 30.03.2025).
- 32.Солодка Л. І. Логіка, методи логічного аналізу тексту: навч. посіб. – Київ: Видавничий центр КНУ, 2022. – 220 с.
- 33.Стандарти журналістики: міжнародний і вітчизняний досвід / за ред. О. М. Холод. – Київ: Центр вільної преси, 2021. – 256 с.
- 34.Ткач Д. І., Момот Н. М. Навчально-методичний посібник виконання дипломної роботи для здобувачів вищої освіти рівня «бакалавр» спеціальності «Журналістика». Київ: університет економіки та права «КРОК», 2020. - 41 с.
- 35.Фактчекінг як інструмент протидії дезінформації в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/advice/faktchecking-i43522> (дата звернення: 17.03.2025).

- 36.Формалізовані методи вивчення мас-медіа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/13999/> (дата звернення: 01.04.2025).
- 37.Формування критичного мислення майбутніх учителів під час вивчення курсу: типологія помилок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medialiteracy.org.ua/formuvannya-krytychnogo-myslennya-majbutnih-uchyteliv-pid-chas-vyvchennya-kursu-typologiya-pomylok/> (дата звернення: 24.03.2025).
- 38.Чек-лист для самоперевірки журналіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/checklist-journalist> (дата звернення: 14.04.2025).
- 39.Шостак В. Є. Методика аналізу журналістських текстів: навч. посібник. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – 180 с.
- 40.Штогрін І. В. Основи фактчекінгу: навч. посіб. – Київ: Центр вільної преси, 2021. – 180 с.
- 41.Carter J. Critical Thinking and Media Literacy: Identifying Logical Fallacies in News // Journalism Practice. 2023. Vol. 17, No 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/377348376_Critical_Thinking_and_Media_Literacy_in_an_Age_of_Misinformation (дата звернення: 17.03.2025).
- 42.Chomsky N., Herman E. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York: Pantheon Books, 2002. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://files.libcom.org/files/2022-04/manufacturing_consent.pdf (дата звернення: 02.04.2025).
- 43.FactCheck.org. About Us [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.factcheck.org/about/> (дата звернення: 05.04.2025).

- 44.GIJN. 10 типових помилок у журналістиці даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gijn.org/ua/istorii/10-tipovih-pomilok-u-zurnalistici-danih/> (дата звернення: 04.04.2025).
- 45.International Fact-Checking Network (IFCN). Code of Principles [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/> (дата звернення: 10.04.2025).
- 46.International Press Institute. Journalism Standards [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ipi.media/journalism-standards/> (дата звернення: 15.04.2025).
- 47.Journalism.co.uk. Al-aqab, T. A. M. (2023, November 7). The importance of fact-checking in digital journalism. Communication Department, Universitas Islam Indonesia. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.journalism.co.uk/> (дата звернення: 07.04.2025).
- 48.Media Literacy Now. Media Literacy Education [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medialiteracynow.org/what-is-media-literacy/> (дата звернення: 22.03.2025).
- 49.Poynter Institute. How to Spot Fake News [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.poynter.org/ifcn/2017/how-to-spot-fake-news/> (дата звернення: 15.03.2025).
- 50.Reuters Institute. Digital News Report 2024 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024> (дата звернення: 12.04.2025).
- 51.Sourati Z., Venkatesh V. P. P., Deshpande D. Robust and explainable identification of logical fallacies in natural language arguments // Knowledge-Based Systems. 2023. Vol. 275. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950705123001685> (дата звернення: 02.04.2025).

52. The New York Times. How We Fact-Check [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2023/05/01/insider/fact-checking.html> (дата звернення: 23.03.2025).
53. The Washington Post. Fact Checker [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/> (дата звернення: 30.03.2025).
54. UNESCO. Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232675> (дата звернення: 12.04.2025).
55. VoxCheck. Проекти з фактчекінгу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://voxukraine.org/voxcheck/> (дата звернення: 03.04.2025).
56. World Association of News Publishers. Journalism Ethics and Standards [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wan-iffra.org/journalism-ethics-standards/> (дата звернення: 03.05.2025).
57. Zhivar Sourati, Vishnu Priya Prasanna Venkatesh, Darshan Deshpande. Robust and explainable identification of logical fallacies in natural language arguments // Knowledge-Based Systems. 2023. Vol. 275. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950705123001685> (дата звернення: 02.04.2025).
58. BBC News. Reality Check: How we verify news [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.bbc.com/news/reality_check (дата звернення: 02.04.2025).
59. CNN. Reliable Sources [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edition.cnn.com/specials/media/reliable-sources> (дата звернення: 20.03.2025).

- 60.The Guardian. Editorial Standards [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/info/editorial-code> (дата звернения: 10.03.2025).
- 61.Pew Research Center. Journalism & Media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pewresearch.org/topics/journalism-media/> (дата звернения: 19.04.2025).
- 62.NiemanLab. Fact-checking in the digital age [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.niemanlab.org/2024/03/fact-checking-in-the-digital-age/> (дата звернения: 28.03.2025).
- 63.The Conversation. How to teach media literacy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theconversation.com/how-to-teach-media-literacy-195678> (дата звернения: 21.03.2025).
- 64.The Atlantic. The Age of Misinformation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2024/02/age-of-misinformation/677789/> (дата звернения: 14.03.2025).
- 65.The Associated Press. (n.d.). AP Fact Check. Fact-checking by Cal Woodward. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apnews.com/hub/ap-fact-check> (дата звернения: 05.04.2025).
- 66.The Conversation. Why logical fallacies matter in journalism [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theconversation.com/why-logical-fallacies-matter-in-journalism-201234> (дата звернения: 22.04.2025).
- 67.The Guardian. Media Literacy: Why it matters [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/media-literacy> (дата звернения: 19.03.2025).
- 68.Reuters. Fact Check [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/fact-check/> (дата звернения: 27.03.2025).

69. The New Yorker. The Art of Fact-Checking [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.newyorker.com/magazine/2024/01/15/the-art-of-fact-checking> (дата звернения: 11.04.2025).
70. Harvard Kennedy School. Misinformation Review [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/> (дата звернения: 07.05.2025).