



**Co-funded by
the European Union**

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

Тема:

**Селебріті та плітки – як фейкові новини функціонують у
шоу-бізнесі?
(Роль розважальних медіа у формуванні думок та поширенні
фейкових новин)**

1. Цілі уроку

Учень:

- розуміє, що таке фейкові новини та плітки у контексті шоу-бізнесу,
- вміє відрізнити підтверджену інформацію від неперевіреної плітки,
- знає механізми поширення неправдивої інформації у розважальних медіа,
- розвиває навичку аналізу заголовків і джерел новин про селебріті,
- вчиться критично підходити до сенсаційного контенту в інтернеті та соцмережах.

2. Цільова група

Учні початкових шкіл

3. Методи навчання

- Мозковий штурм
- Скерована дискусія
- Робота в групах
- Аналіз текстів, заголовків, постів у соцмережах
- Міні-вікторина

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

4. Навчальні матеріали / джерела

- Проектор або інтерактивна дошка
- Картки із заголовками статей/пліток (2 правдиві, 2 фейкові)
- Фліпчарт і маркери
- Інфографіка: „Як поширюються плітки в мережі”
- Платформи фактчекінгу:
 - о Польща: Demagog.org.pl, Konkret24
 - о Чехія: Manipulátoři.cz, Demagog.cz
 - о Словаччина: Demagog.sk, Infosecurity.sk
 - о ЄС: EUvsDisinfo.eu, EDMO.eu

5. Хід уроку (45 хвилин)

1. Вступ – чи кожна плітка про селебріті є правдою? (5 хв)

Форма: мозковий штурм

Хід:

Учитель починає урок із короткої вступної розмови:

- Питання до учнів:
 - о Чи чули ви коли-небудь шокуючу плітку про зірок, яка пізніше виявилась неправдивою або вигаданою медіа?
 - о Чому новини про селебріті поширюються швидше, ніж інші повідомлення в інтернеті?
 - о Чи факт, що хтось є дуже відомим і часто з’являється в медіа, змушує нас легше вірити будь-якій історії про нього?
 - о Які емоції найчастіше викликають такі новини – цікавість, здивування, обурення, сміх?

Інформація для вчителя:

- Механізми виникнення пліток:

Плітки про відомих людей часто створюються без перевірки фактів. Вони можуть базуватися на:

 - о одному фото, вирваному з контексту,
 - о недомовленості або зміненій цитаті,
 - о інформації від анонімних «свідків», які ніколи не були підтверджені.
- Чому поширюються?
 - о Селебріті викликають інтерес, бо вони популярні та добре впізнавані.
 - о Історії про їхнє приватне життя привертають увагу, викликають емоції та цікавість, тому їх охоче передають далі – навіть без перевірки.
 - о Розважальні медіа й портали пліток часто публікують неперевірену інформацію, адже

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

головне – швидкість і сенсація, а не правда.

о Алгоритми соцмереж просувають емоційний контент, через що плітки поширюються блискавично.

• Наслідки неправдивої інформації про селебріті:

о Можуть зруйнувати репутацію людини й зашкодити її приватному та професійному життю.

о Вводять в оману фанів і громадськість, закріплюючи неправдивий образ особи.

о Можуть призвести до цькування, хейту, кібернасильства або втрати рекламних контрактів і роботи в індустрії.

2. Визначення та приклади (10 хв)

Форма: міні-лекція + усна вікторина

Хід:

Учитель презентує учням ключові поняття, пов'язані з неправдивою інформацією у шоу-бізнесі, та пояснює їхній вплив на громадську думку. Потім проводить коротку усну вікторину, у якій учні вирішують, чи наведені приклади є пліткою, фейковою новиною чи достовірною інформацією.

Визначення (розширені):

• **Плітка:**

о Це неперевірена інформація, поширена усно, у соцмережах чи через пліткарські портали.

о Зазвичай не має зазначеного джерела, а зміст базується на здогадах, фото, вирваних із контексту, або анонімних розповідях.

о Плітки часто виникають через цікавість аудиторії – чим сенсаційніші, тим швидше поширюються.

о Можуть призводити до непорозумінь, медійних скандалів і навіть судових процесів за наклеп.

• **Фейкова новина у шоу-бізнесі:**

о Повністю неправдиве або сфальшоване повідомлення про селебріті, подане у вигляді статті, поста чи відео, щоб виглядало як справжній журналістський матеріал.

о Створюється навмисно для того, щоб викликати шок, емоції, зібрати кліки або зашкодити людині.

о Може бути інструментом конкурентів, хейтерів, а іноді також навмисним «маркетингом скандалу» для привернення уваги до зірки.

• **Клікбейт розважальний:**

о Перебільшений, сенсаційний або такий, що вводять в оману, заголовок, який має змусити читача натиснути на статтю чи відео.

о Часто містить слова «шок!», «скандал!», «ніхто цього не очікував!», але зміст матеріалу не відповідає обіцянці в заголовку.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

о Масово використовується на пліткарських порталах, у розважальних сервісах, а також на YouTube чи TikTok для збільшення переглядів.

• **Медійний фактчекінг:**

о Процес перевірки інформації про публічних осіб на основі достовірних джерел – напр. інформаційних агентств, офіційних акаунтів зірок, порталів фактчекінгу.

о Дозволяє відрізнити правдиві повідомлення від пліток і фейків, захищаючи як аудиторію, так і самих селебріті від шкідливого контенту.

Приклади:

1. **Фейкова новина:**

о «Відомий актор утік із знімального майданчика після скандалу – відео в мережі!»

о Немає джерел, доказів, відео змонтоване або взятє з іншого контексту.

2. **Плітка:**

о «Селебріті Х чекає на дитину» – базується на одному фото, без підтвердження від самої особи чи її представників.

3. **Клікбейт:**

о «Ти не повіриш, що зробила співачка Y на церемонії – усі були в шоці!» – заголовок обіцяє сенсацію, а стаття описує звичайну ситуацію, напр. зміну сукні.

4. **Достовірна інформація:**

о «Музикант Y оголосив новий концертний тур – підтверджено його офіційним профілем в Instagram і прес-агентством».

Міні-вікторина усна:

Учитель зачитує 4–5 коротких заголовків, а учні відповідають, чи це, на їхню думку, плітка, фейкова новина, клікбейт чи достовірне повідомлення. Потім разом аргументують свої відповіді.

3. Вправа – розпізнай неправдиві новини про селебріті (15 хв)

Форма: робота в групах (3–5 осіб)

Мета: розвиток умінь аналізу медійного контенту, критичного мислення та розпізнавання неперевіраних новин у світі шоу-бізнесу.

Інструкція для вчителя:

1. Поділи клас на малі групи (3–5 осіб).
2. Роздай кожній групі набір із 4 заголовків або коротких постів про селебріті (2 правдиві, 2 фейкові або неперевірені).
3. Переконайся, що заголовки нейтральні, не образливі, можуть бути вигадані, але стилізовані під реальні повідомлення з пліткарських порталів.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

4. Слідкуй, щоб у кожному наборі були як достовірні матеріали (напр. офіційні прес-релізи), так і фейки, що базуються на плітках, маніпуляціях фото чи анонімних джерелах.

Завдання для груп:

1. Прочитайте всі заголовки/пости й визначте, які з них виглядають фальшивими, а які можуть бути правдивими.

Набір із 4 заголовків

Правдиві / підтверджені:

1. «Роберт Левандовський відвідав початкову школу у Варшаві»
Опис: футболіст «Барселони» зустрівся з учнями, роздавав автографи й розповідав про свій шлях у кар'єрі. Інформація з офіційного повідомлення школи й спортивних медіа.
2. «Юлія Вінява записала пісню до сімейного фільму»
Опис: акторка та співачка взяла участь у записі композиції до польського сімейного фільму. Інформація підтверджена продюсером фільму.

Фейкові або неперевірені (стилізовані під пліткарські):

3. «Актор із популярного серіалу таємно живе у зоопарку»
Опис: в інтернеті з'явилась плітка, що відомий актор із молодіжного серіалу оселився в будиночку для працівників зоопарку. Немає фото чи підтверджень — імовірно жарт користувачів.
4. «Відома співачка вміє розмовляти з папугами їхньою мовою»
Опис: пост у соцмережах натякає, що артистка вивчила «мову папуг» і веде з ними розмови. Жодними достовірними джерелами не підтверджено.

Карта аналізу повідомлень

Зміст заголовка	Правдиве чи фейкове?	Які емоції викликає? (напр. радість, здивування, сміх)	Навіщо це могли написати? (напр. інформація, жарт, привернення уваги)	Сигнали небезпеки (що може свідчити про неправду?)
-----------------	----------------------	--	---	--



**Co-funded by
the European Union**

Зміст заголовка	Правдиве чи фейкове?	Які емоції викликає? (напр. радість, здивування, сміх)	Навіщо це могли написати? (напр. інформація, жарт, привернення уваги)	Сигнали небезпеки (що може свідчити про неправду?)
----------------------------	-------------------------------------	---	--	---

Сигнали небезпеки – приклади для учнів

(для друку внизу таблиці або на окремій допоміжній картці)

1. Немає зазначеного джерела («Хто це сказав? Де це опубліковано?»).
2. Звучить занадто дивно або неправдоподібно («Актор живе у зоопарку»).
3. Використовує перебільшені слова («найбільш неймовірне в історії світу!»).
4. Немає фото або фото виглядає підробленим.
5. Про це не повідомляють жодні відомі медіа.

2. Спробуйте перевірити новини

– якщо можливо, використовуючи телефони, портали фактчекінгу або офіційні профілі селебріті.

Обговорення (5 хв):

Кожна група презентує один приклад і пояснює, чому вважає його правдивим або фейковим. Учитель скеровує дискусію, ставлячи питання:

- Що допомогло вам відрізнити плітку від факту?
- Які помилки роблять ті, хто поширює неперевірені новини про селебріті?
- Якими можуть бути наслідки поширення такого контенту (для зірок, читачів, суспільства)?

4. Дискусія: Чому ми віримо у плітки про відомих людей? (8 хв)

Форма: керована розмова у класі, модерована вчителем

Мета: усвідомити, які психологічні та медійні механізми змушують нас легко вірити неперевіреним новинам про селебріті та які наслідки їхнього поширення.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

Питання до учнів:

- Чому ми легко віримо сенсаційним історіям про селебріті?
(Чи це пов'язано з їхньою популярністю, присутністю в медіа, нашим відчуттям, що «ми їх знаємо»?)
- Які емоції використовують творці пліток?
(Цікавість, заздрість, обурення, здивування, бажання розповісти щось «цікаве» іншим).
- Чи кожна негативна новина про зірку мусить бути правдивою?
(Як легко підробити фото, вирвати цитату з контексту, використати клікбейт-заголовок).
- Як можна перевірити, чи інформація про публічну особу є достовірною?
(Перевірити офіційні профілі зірки, прес-релізи, портали фактчекінгу, авторитетні медіа).

Інформація для вчителя:

- Механізми, через які плітки «працюють»:
 1. **Ефект близькості:** відомі люди постійно присутні у нашому житті (соцмережі, телебачення), тож здається, що ми їх знаємо особисто – легше віримо у «секрети».
 2. **Сенсація продається:** пліткарські портали заробляють на кліках, тому створюють гучні, навіть перебільшені заголовки.
 3. **Психологія емоцій:** інформацію, яка викликає емоції (шок, гнів, заздрість), ми запам'ятовуємо краще й охочіше поширюємо, незалежно від її правдивості.
 4. **Брак перевірки:** ми рідко перевіряємо джерела, а «історія від знайомого» чи з популярного профілю здається достовірною лише тому, що її повторюють інші.

Підсумки дискусії:

- Плітки не завжди є правдою – часто створюються, щоб викликати емоції, збирати кліки чи провокувати суперечки.
- Кожну новину про відому людину слід перевіряти в офіційних джерелах.
- Поширення неперевіраних новин може знищити репутацію людей і спричинити хейт у мережі.

5. Підсумки та рефлексія (7 хв)

Форма: індивідуальна робота + спільна класна дошка

Мета: усвідомити, які наслідки можуть мати неперевірені плітки, та виробити правила відповідального користування інформацією про селебріті.

Хід занять:

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



Co-funded by the European Union

1. Індивідуальна робота (3–4 хв):

Учні записують у зошитах чи на картках свої рефлексії, завершуючи речення:

о «Я зрозумів/ла, що плітки у шоу-бізнесі можуть...»

о «Найбільш підозрілим у новинах про селебріті є...»

о «Перш ніж натиснути на сенсаційний заголовок, я перевірю...»

(Учитель може попросити кілька учнів прочитати відповіді вголос або зібрати анонімні картки для обговорення прикладів).

2. Спільна робота – класна дошка (3–4 хв):

Разом з учнями учитель складає список правил відповідального користування інформацією про селебріті. Записує їх на дошці чи фліпчарті як «класний плакат».

Приклад списку:

1. Перевіряй джерело новини – чи це надійний портал або офіційний профіль.
2. Не вір фото чи відео без контексту – вони можуть бути підроблені.
3. Шукай підтвердження в офіційних каналах (профілі зірок, прес-агенції, авторитетні медіа).
4. Уникай поширення пліток, які можуть комусь зашкодити – фейки руйнують репутацію.
5. Пам'ятай: популярність чи кількість поширень не робить новину правдивою.
6. Запитай себе: «Чи хотів би я, щоб хтось поширював неперевірену плітку про мене?» – емпатія у мережі важлива.
7. **Слово вчителя (1 хв):**
 - о Плітки у шоу-бізнесі можуть бути «невинною розвагою», але часто стають інструментом маніпуляції чи хейту.
 - о Кожен із нас впливає на те, чи поширюватимуться фейкові новини – варто бути відповідальним читачем і творцем контенту.

6. Словник понять – Фейкові новини у шоу-бізнесі

Поняття	Визначення
Плітка	Неперевірена інформація, часто поширювана без доказів.
Розважальний фейк- нюз	Неправдива новина про селебріті, що виглядає як справжня стаття.
Клікбейт	Сенсаційний заголовок, що спонукає натиснути, часто вводить в оману.
Фактчекінг	Перевірка достовірності новин у надійних джерелах.
Медійна дезінформація	Навмисне створення фейкового контенту про публічних осіб, щоб здобути популярність або зашкодити.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

7. Методичний посібник для вчителя

1. Загальні цілі уроку

- Формування навичок розрізнення фактів від неперевіреної інформації.
- Усвідомлення впливу фейкових новин і пліток на приватне та публічне життя селебріті.
- Розвиток відповідального ставлення до інформації в інтернеті.
- Вправлення у критичному мисленні та аналізі контенту з розважальних порталів і соцмереж.

2. Приклади й матеріали

- Використовуй вигадані або нейтральні міжнародні плітки, щоб уникнути конфліктів, пов'язаних із місцевими зірками.
- Підготуй набір заголовків/постів (2 правдиві, 2 фейкові) для групових вправ.
- Використай скріншоти з пліткарських порталів, YouTube, TikTok, Instagram, щоб показати, як виглядають заголовки у різних форматах (текст, фото, відео, коментарі).
- Можеш підготувати графіку «Життєвий цикл плітки» – як швидко поширюється фейкова новина в інтернеті.

3. Модерування дискусії

- Став відкриті питання: «Чому ти так думаєш?», «Що робить цю новину правдоподібною?», «Як можна це перевірити?».
- Не оцінюй учнів, які визнають, що вірили у плітку – наголошуй, що кожен може піддатися фейку, навіть дорослі.
- Звертай увагу, що емоції (цікавість, сенсація, обурення) не є доказом правди.
- Підкреслюй, що навіть відомі медіа можуть помилятися або публікувати неперевірені новини.

4. Безпечна атмосфера

- Уникай обговорення реальних місцевих пліток, які можуть стосуватися відомих у громаді людей.
- Нагадуй про правило емпатії: «Чи хотів би ти, щоб хтось поширював неперевірену плітку про тебе?».
- Встанови правило: у рамках вправ ми не публікуємо, не висміюємо й не повторюємо неперевіраних історій.

5. Можливі розширення уроку

- Класний проєкт «Карта пліток і фактів» – учні шукають новини про селебріті, перевіряють їхню правдивість (через фактчекінг-портали, офіційні профілі зірок) і створюють спільну дошку з поділом на «факти» та «фейки».
- Освітня гра «Плітка чи правда?» – учитель читає заголовки, учні голосують, чи вони правдиві, а потім перевіряють докази.
- Міні-драма – інсценування ситуації, коли фейкова новина про селебріті поширюється, і показ її наслідків.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

6. Допоміжні матеріали

- Набори заголовків (2 правдиві, 2 фейкові) – у паперовому вигляді або як слайди.
- Фліпчарт/дошка для запису правил безпечного користування інформацією.
- Картки для індивідуальної роботи (рефлексії).
- Доступ до телефонів/комп'ютерів для пошуку підтверджень інформації.
- Список фактчекінгових сайтів і офіційних каналів (напр. інформажентства, Demagog, EDMO, EUvsDisinfo).

8. Наукові й освітні джерела (міжнародні та європейські)

- **European Digital Media Observatory (EDMO)**

<https://edmo.eu>

– матеріали про дезінформацію, медіаосвіту та інструменти фактчекінгу.

- **EUvsDisinfo – Європейська служба зовнішніх дій**

<https://euvsdisinfo.eu>

– база фейкових новин, звіти про пропаганду, приклади маніпуляцій.

- **UNESCO – Media and Information Literacy Curriculum for Teachers**

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>

– матеріали про фейкові новини, емоції в медіа та розпізнавання маніпуляцій.

- **Польща:** Demagog.org.pl, Konkret24

- **Чехія:** Manipulátoři.cz, Demagog.cz

- **Словаччина:** Demagog.sk, Infosecurity.sk

