



**Co-funded by
the European Union**

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

Тема:

**Коли інформація бреше – як маніпулюють нашими
емоціями?
(Вплив емоційних повідомлень на наше сприйняття
інформації)**

1. Цілі уроку

Учень:

- розуміє, що таке емоційна маніпуляція в медіаповідомленнях,
- вміє визначати сигнали, що інформація була спеціально сконструйована для викликання певних почуттів,
- знає найпоширеніші емоції, які використовуються у фейкових новинах та пропаганді (страх, гнів, обурення, почуття провини, надія),
- знає, як емоції впливають на наші рішення та пам'ять,
- вчиться способам захисту від емоційної маніпуляції в інтернеті та медіа.

2. Цільова група

Учні початкової школи

3. Методи навчання

- Мозковий штурм
- Міні-лекція з прикладами
- Робота в групах – аналіз емоційних повідомлень
- Керована дискусія
- Індивідуальна рефлексія

4. Навчальні засоби / джерела

- Дошка / проєктор / фліпчарт
- Приклади заголовків, постів і мемів із сильним емоційним забарвленням (вигадані або справжні, перевірені)
- Робочі картки для аналізу (хто?, які емоції?, мета повідомлення?)
- Доступ до порталів фактчекінгу (Demagog.org.pl, Demagog.cz, Demagog.sk, StopFake.org)
- Інфографіка: «Коло емоцій – як ми реагуємо на інформацію?»

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

5. Хід уроку (45 хв)

1. Вступ – чи можуть емоції брехати? (5 хв)

- Мозковий штурм: учні називають емоції, які найчастіше відчувають, читаючи новини в інтернеті (наприклад, страх, гнів, радість, обурення, почуття несправедливості).
- Навідні запитання:
 - о Чи завжди новина, яка викликає сильні емоції, є правдивою?
 - о Чому емоції змушують нас швидше поширювати інформацію?
 - о Чи траплялося вам вірити в щось лише тому, що воно було «шокуючим» або «лякаючим»?

Інформація для пояснення:

Емоції – це природна реакція нашого мозку на стимули з навколишнього середовища. У світі онлайн-інформації саме емоції найчастіше визначають, чи щось нас зацікавить, запам'ятається, ми повіримо в це, а навіть поширимо далі. Однак емоційна новина не завжди правдива. Творці фейкових новин і пропаганди добре знають, що емоції діють швидше за логіку – і саме це вони використовують, щоб досягти своєї мети.

1. Як емоції впливають на сприйняття інформації?

- Звужують увагу: коли ми налякані або обурені, зосереджуємося головним чином на тому, що викликало емоцію, часто ігноруючи джерело чи деталі новини.
- Прискорюють рішення: емоції змушують реагувати імпульсивно – клікати, поширювати, коментувати – ще до перевірки фактів.
- Підсилюють запам'ятовування: емоційно забарвлені новини залишаються в нашій пам'яті довше, ніж нейтральні, навіть якщо вони неправдиві.
- Послаблюють критичне мислення: сильні емоції ускладнюють логічний аналіз і перевірку достовірності змісту.

2. Чому творці фейкових новин використовують емоції?

- Емоції = більший охоп: контент, що викликає страх, обурення чи злість, швидше поширюється в інтернеті – люди діляться ним частіше, бо хочуть застерегти інших або висловити свою думку.
- Легше маніпулювати емоціями, ніж фактами: не потрібно наводити докази – достатньо викликати емоційну реакцію, щоб хтось визнав новину правдивою.
- Емоції спотворюють сприйняття реальності: наприклад, якщо щось нас дуже лякає, важче повірити, що загроза не є реальною, навіть коли з'являється спростування.

3. Приклади механізмів емоційної маніпуляції

- Тривожні заголовки: «Терміново!», «Шокове відкриття!», «Мусиш побачити це, поки не видалили!» – викликають цікавість і відчуття небезпеки.
- Образи та відео, сповнені драматизму: фото руйнувань, дітей, що плачуть, натовпу в паніці – навіть якщо вирвані з контексту або стосуються іншої події.
- Особисті історії: оповіді про «жертв» або «героїв» без підтверджених фактів, які викликають жалість або гнів.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

- Поділ на «ми проти них»: повідомлення, які підсилюють ворожість до інших груп (наприклад, «вони забирають у нас щось», «вони винні у твоїх проблемах»).

4. Висновок для учнів

Емоції самі по собі не брешуть – це сигнал нашого мозку, що щось для нас важливе. Але інформація, яка їх викликала, може бути маніпулятивною. Тому:

- Зупинись: перш ніж реагувати на щось шокуєче чи обурливе.
- Постав запитання: «Хто хоче, щоб я відчував те, що відчуваю, і чому?»
- Перевір джерело: чи новина походить із надійного, відомого порталу, чи від анонімного автора?
- Не поширюй імпульсивно: сильні емоції – сигнал, що варто перевірити, чи правда те, що читаєш.

2. Міні-лекція: Як емоції стають інструментом маніпуляції? (10 хв)

Мета:

Показати учням, що емоції – це не лише природна реакція людини, а й інструмент, яким свідомо користуються творці фейкових новин, щоб вплинути на наше мислення, рішення й дії.

1. Найчастіше використовувані емоції у дезінформації

Учитель пояснює, що емоції є основним «паливом» неправдивих новин, бо привертають увагу ефективніше, ніж сухі факти.

- **Страх:** повідомлення про загрозу війни, катастрофи, проблеми зі здоров'ям («Ніхто не каже тобі правди – твоє місто в небезпеці!»).
- **Гнів:** відчуття, що нас обманули, що влада, компанії чи соціальні групи діють проти нас («Уряд приховує правду від громадян!»).
- **Обурення:** новини про несправедливість, кривду, дискримінацію, які викликають сильну емоційну реакцію.
- **Сум:** історії про нібито трагедії, жертв і страждання, які мають викликати жалість і почуття провини.
- **Надія:** фальшиві обіцянки швидкого вирішення проблеми («Цей препарат працює на 100%, але лікарі його приховують»).

Наголос для учнів:

У емоціях немає нічого поганого – вони природні. Проблема починається тоді, коли хтось свідомо викликає їх, щоб маніпулювати нами.

2. Механізми маніпуляції емоціями

Учитель показує, що творці фейкових новин застосовують конкретні техніки, щоб керувати реакціями людей:

- Сенсаційні заголовки й драматична мова: слова на кшталт «шок!», «таємна інформація», «мусиш це побачити» створюють враження терміновості та важливості

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

новини, навіть якщо вона неправдива.

- Перебільшення загроз: подання окремого інциденту як «національної катастрофи» або «доказу великої змови».
- Використання образів і відео: фото, вирвані з контексту, або змонтовані відео легше викликають емоції, ніж сам текст.
- Історії, засновані на «свідках» або «анонімних джерелах»: відсутність доказів, але розповідь настільки шокує, що аудиторія вірить їй, перш ніж почати ставити питання.
- Створення поділу «ми проти них»: новини, які протиставляють одних людей іншим (наприклад, мешканців різних країн, прихильників різних поглядів), викликають гнів і ненависть, ускладнюючи раціональну розмову.
- Повторення одного й того ж повідомлення у багатьох місцях: чим частіше ми щось чуємо, тим більш правдоподібним воно здається (ефект повторення).

3. Наслідки емоційних фейкових новин

- Імпульсивне поширення: емоції діють швидше за розум – люди діляться новинами, щоб «попередити інших» чи «виразити обурення», ще до перевірки джерела.
- Закріплення неправдивих переконань: навіть коли згодом з'являється спростування, сильні емоції, пов'язані з першою новиною, залишаються в пам'яті.
- Посилення суспільних поділів: емоційні фейки загострюють конфлікти, підживлюють ворожість, призводять до сварок у мережі та в реальному житті.
- Труднощі з раціональним мисленням: коли ми під впливом страху чи гніву, нам важче спокійно аналізувати дані, оцінювати джерела й шукати факти.
- Ефект лавини: неправдиві емоційні повідомлення можуть швидко поширитися серед мільйонів людей, впливаючи на громадську думку, вибори й суспільні рішення.

4. Підсумок міні-лекції для учнів

Учитель підкреслює:

- Емоції самі по собі не є поганими – це природна реакція людини.
- Проблема починається тоді, коли хтось використовує емоції, щоб керувати нами, а не щоб нас інформувати.
- Якщо повідомлення викликає дуже сильні емоції – це попереджувальний сигнал: потрібно зупинитися, подумати, перевірити джерело, перш ніж повірити або поширити його.

3. Групова вправа – «Що хочуть, щоб я відчув?» (15 хв)

Мета вправи

- Показати учням, що медійний контент часто конструюється так, щоб керувати нашими емоціями, а не лише передавати факти.
- Розвивати вміння розпізнавати техніки емоційної маніпуляції та свідомо реагувати на них.
- Навчити перших кроків у перевірці інформації та критичному мисленні.

Хід вправи – крок за кроком

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



Co-funded by the European Union

1. Поділ на групи: клас ділиться на 4–5 команд по 3–5 осіб.
2. Роздача матеріалів: кожна група отримує 3–4 короткі повідомлення/заголовки (на картках, у презентації або на дошці).
о Заголовки мають бути вигадані, але реалістичні – нагадувати справжні пости з соцмереж чи новинних сайтів.
3. Інструкція до завдання:
о Прочитайте кожен заголовок у групі.
о Відповідайте разом на питання:
 1. Які емоції викликає це повідомлення? (страх, гнів, обурення, сум, почуття провини, надія, почуття несправедливості тощо)
 2. Чому автор міг хотіти, щоб ви це відчували? (яка могла бути мета маніпуляції – кліки, прибуток, здобуття підтримки, поділ людей на групи, дезінформація?)
 3. Що ви могли б зробити, щоб перевірити правдивість цієї інформації? (наприклад, зайти на портал фактчекінгу, перевірити джерело, знайти підтвердження в кількох незалежних медіа, перевірити автора фото/відео).
о Запишіть висновки у таблиці: Заголовок – Емоція – Мета – Як перевірити?
4. Час роботи: 8–10 хвилин.
5. Презентація висновків: кожна група представляє один обраний приклад і обговорює свої спостереження (близько 2–3 хвилин).

Приклади заголовків для груп (вигадані, але реалістичні):

- «Іммігранти забирають робочі місця – уряд нічого не робить!» (страх, гнів, підживлення соціального конфлікту)
- «Експерти застерігають: твоє місто може бути затоплене протягом місяця!» (страх, тривога, сенсація)
- «Новий чудо-ліки на 100% захищає від хвороби – влада приховує його від людей!» (надія, почуття несправедливості, недовіра до інституцій)
- «Скандал! Відомий політик мав таємні зустрічі з мафією – фото злили в мережу!» (гнів, обурення, бажання помсти)
- «Твоя дитина може бути в небезпеці! Прочитай, поки не пізно!» (страх, паніка, потреба негайної реакції)
- «Ти не повіриш, що насправді відбувається в лікарнях – лікарі мовчать зі страху за життя!» (страх, почуття зради, теорія змови)

Поглиблюючі питання для вчителя (для використання під час обговорення):

- Чи викликала якась із новин у вас такі сильні емоції, що ви самі захотіли б її поширити? Чому?
- Чи емоції змушують нас легше вірити в такі повідомлення?
- Які риси заголовків чи картинок змусили вас одразу відчувати страх або злість?
- Як можна розпізнати, що певний контент хоче нами маніпулювати, а не просто інформувати?



**Co-funded by
the European Union**

- Чи кожна емоційна новина є неправдивою? (відповідь: ні, але емоції ускладнюють перевірку фактів).

Опції розширення вправи:

- **Шкала емоцій:** кожна група відзначає на аркуші чи плакаті, наскільки сильні емоції (за шкалою 1–5) викликали повідомлення.
- **Створення контр-заголовків:** учні пробують написати той самий заголовок нейтрально, без маніпуляцій емоціями.
- **Факт чи емоція?** – учні вказують, які частини заголовка є фактами (перевірюваними), а які спрямовані лише на викликання емоцій.

4. Дискусія: Чи допомагають, чи заважають емоції в оцінці інформації? (8 хв)

Дидактична мета:

- Допомогти учням зрозуміти, що емоції впливають на спосіб, у який ми обробляємо інформацію – іноді полегшують розуміння проблеми, але часто ускладнюють об'єктивну оцінку змісту.
- Розвинути вміння свідомо розпізнавати емоційні маніпуляції в медіа.
- Заохотити до рефлексії над власними реакціями та звичками в інтернеті.

Хід дискусії

1. Короткий вступ учителя (1–2 хв):

«Кожен із нас щодня відчуває емоції, читаючи новини або користуючись інтернетом. Але чи означає те, що щось нас зворушило, що це правда? Давайте спробуємо над цим замислитися».

2. Відкриті запитання до учнів (розширений список):

- Чи емоційний заголовок змушує нас частіше в нього вірити? Чому?
- о Чи емоції іноді «вимикають» логічне мислення?
- о Чи пам'ятаєте ви ситуацію, коли повірили в щось лише тому, що це було шокуючим чи лякаючим?
- Які емоції найсильніше штовхають людей на поширення фейкових новин?
- о Страх перед загрозою?
- о Гнів через несправедливість?
- о Співчуття до жертви?
- о Чи можуть також радість і почуття гумору (наприклад, меми) змусити нас поширювати неправдиві повідомлення?
- Чи може інформація бути правдивою, але спеціально поданою так, щоб викликати злість чи страх?
- о Чи можуть емоції бути інструментом маніпуляції навіть тоді, коли факт правдивий?
- о Чи іноді медіа перебільшують у заголовках, щоб збільшити кількість кліків?
- Чи можуть емоції іноді допомагати зрозуміти інформацію?
- о Коли емоції можуть бути потрібні, наприклад, у репортажах про людські трагедії, несправедливість?

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

- о Як відрізнити емоційне повідомлення, яке підвищує нашу чутливість до проблеми, від такого, що маніпулює?
- Як ми можемо захищатися від маніпуляцій емоціями в інтернеті?
- о Які питання варто собі поставити, перш ніж повірити чи поширити емоційне повідомлення?
- о Чи може допомогти перевірка джерел або розмова з іншими?
- о Як зупинити «ланцюжок емоцій» у соцмережах?

Приклади для дискусії (опціонально, для показу або зачитування):

- Заголовок: «Терміново! Нова хвороба поширюється у твоєму місті – ти під загрозою!» – правдивий чи фейковий? Які емоції він викликає, чому ми віримо?
- Пост у соцмережах: «Вони хочуть забрати твої права – скажи СТОП, поки не пізно!» – це факт чи емоційна маніпуляція?
- Фото дитини, що плаче, з підписом: «Жертва аварій на кордоні» – а згодом виявляється, що фото старе або з іншої країни. Чи ввели нас в оману емоції?

Підсумок учителя (2 хв):

- Емоції самі по собі не є поганими – це сигнали, які допомагають нам реагувати на світ, перейматися долею інших, приймати рішення.
- Проблема виникає тоді, коли хтось свідомо використовує емоції, щоб керувати нами – хоче, щоб ми щось зробили або в щось повірили, перш ніж ми перевіримо факти.
- Тому варто запам'ятати три кроки:
 1. Зупинись, перш ніж повірити у новину, яка тебе дуже зворушує.
 2. Постав запитання: чи хтось не намагається спеціально мене налякати, розгнівати або розчутити, щоб маніпулювати?
 3. Перевір джерела – перш ніж поширити контент, переконайся, що він походить із надійного джерела.

5. Підсумок і рефлексія (7 хв)

Дидактична мета:

- Закріплення знань про вплив емоцій на сприйняття інформації.
- Усвідомлення учнями, що емоційна маніпуляція – це свідоме дія, а не випадковість.
- Посилення навичок самоконтролю й критичного мислення, особливо перед поширенням новин далі.

1. Індивідуальна робота (3–4 хв)

Кожен учень завершує речення:

- «Я зрозумів/ла, що емоції в новинах можуть...»
- «Найчастіше нами маніпулюють, коли ми відчуваємо...»
- «Перед тим як поширити новину, я перевірю...»
- (опційно) «Сьогодні я дізнався/лася, що легше повірити в те, що викликає...»
- (опційно) «Одна річ, яку я запам'ятаю з цього уроку, це...»

Відповіді можуть бути анонімними, щоб учні почувалися вільно у висловленні думок.

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

2. Галерея рефлексій (3–4 хв)

- Учні приклеюють свої нотатки на великому аркуші з гаслом: «Як не дати себе обманути емоційним фейкам?»
- Учитель групує записи у категорії, напр.:
 - о Перевірка джерел (портали фактчекінгу, кілька медіа, офіційні сайти).
 - о Самоконтроль емоцій (почекай, перш ніж натиснути «поширити»; не реагуй імпульсивно).
 - о Розмова й консультація (запитай інших, чи бачили вони це саме, чи звучить правдоподібно).
 - о Відокремлення фактів від емоцій (чи є в новині докази, чи лише емоційні слова?).

3. Заключна дискусія (2–3 хв)

Поглиблюючі питання:

- Чи можуть емоції іноді допомагати, а коли заважати у розумінні інформації?
- Як ви розпізнаєте, що хтось спеціально намагається вас налякати, розгнівати чи розчудити?
- Що сьогодні найбільше вас здивувало у цій темі?
- Яке правило ви намагатиметесь застосовувати від сьогодні у соцмережах?

4. Підсумок учителя:

- Підкресли, що емоції є природними й потрібними, але їх можна використати, щоб керувати нами.
- Заключні поради для учнів:
 1. Зупинись, перш ніж повірити у щось дуже емоційне.
 2. Перевір джерела, перш ніж поширювати контент іншим.
 3. Спілкуйся, не дійте імпульсивно – питай, чи бачили інші цю новину і що вони про неї думають.
 4. Відокремлюй факти від емоцій – сильні слова чи драматичні образи не завжди означають правду.
 - Можна записати на дошці фінальний висновок:
«Свідомий споживач інформації – це той, хто думає двічі, перш ніж натиснути ‘поширити’.»

Опції розширення підсумку:

- **Класний плакат:** учні створюють «ТОП-10 правил захисту від маніпуляцій емоціями» – у вигляді плаката для класу або стінної газети.
- **“Тест емоційного спокою”:** учитель показує один емоційний заголовок і питає, що сьогодні після уроку кожен зробив би (зупинка, перевірка, відмова від поширення).
- **Домашнє завдання:** учні протягом тижня мають знайти один заголовок чи пост в інтернеті, що викликає сильні емоції, і записати, які питання допомогли б перевірити його правдивість.

6. Словник понять

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



Co-funded by
the European Union

Поняття	Визначення
Емоційна маніпуляція	Свідоме використання емоцій отримувача, щоб вплинути на його рішення або переконання.
Емоційний заголовок	Заголовок новини, сформульований так, щоб викликати сильні емоції (страх, гнів, обурення), часто ціною правди.
Емоційний клікбейт	Перебільшений зміст, покликаний викликати емоції та змусити натиснути, незалежно від правдивості інформації.
Емоційний фейк-ньос	Неправдиве або маніпулятивне повідомлення, головною метою якого є викликання емоцій, а не передача фактів.
Ефект емоцій у сприйнятті	Явище, при якому сильні емоції послаблюють здатність до критичного аналізу інформації.
Емоційна поляризація	Поділ суспільства на ворожі табори, посилений емоційними, часто неправдивими повідомленнями.

7. Методичний посібник для вчителя

1. Підготовка уроку

- **Мета уроку:** чітко зазнач, що урок стосується механізмів емоційної маніпуляції в медіа, а не обговорення конкретних людей чи політичних суперечок.
- **Вибір прикладів:** використовуй вигадані заголовки, пости, меми або історичні/міжнародні матеріали, які не викликають локальних політичних конфліктів.
- **Правила роботи:** на початку уроку встанови, що:
 - о кожен має право на власну думку,
 - о оцінюємо зміст і техніки маніпуляції, а не людей, які могли б з'явитися в прикладах,
 - о поважаємо чужі думки, не насміхаємось з відповідей інших.

2. Навчальні матеріали

- Підготуй різні формати контенту, щоб показати, що емоційна маніпуляція може мати різні форми:
 - о інтернет-заголовки та назви статей,
 - о короткі пости з соцмереж,
 - о графіки, меми, фото, що викликають емоції,
 - о короткі (30–60 секундні) відео або скріни з сенсаційних записів.
- Обирай матеріали, які:
 - о містять перебільшення, драматичні слова, зображення, що викликають сильні реакції,
 - о прості для розуміння для вікової групи учнів,
 - о дозволяють поставити запитання: «Що хочуть, щоб я відчув? Чому?»

3. Проведення вправ

- **Групові завдання:** заохочуй співпрацю та аргументацію думок.
 - о Можеш роздавати таблиці для аналізу, щоб учні записували свої відповіді (емоції → можлива мета автора → спосіб перевірки інформації).
 - о У кожній групі визнач учасника-презентатора, щоб усі мали шанс взяти участь.
- **Приклади вправ:**

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

- о «Що я відчуваю, коли це читаю?» – аналіз емоцій від заголовка.
- о «Факт чи емоція?» – учні позначають, які частини повідомлення є фактами, а які – лише викликають емоції.
- о «Нейтральний заголовок» – спроба написати той самий контент без маніпуляції емоціями.

4. Модерація дискусії

- Заохочуй наводити аргументи, запитуй: «Чому ти так думаєш?», «Що в цій новині змушує тебе вірити?», «Це факт чи емоційне гасло?».
- Якщо виникають протилежні думки – спрямовуй розмову на аналіз техніки маніпуляції, а не на оцінку учнів чи реальних подій.
- Можеш використовувати шкали оцінки (наприклад, 1–5: наскільки сильні емоції викликає цей заголовок?) – це полегшить розмову та залучить усіх.

5. Забезпечення емоційної безпеки

- Встанови правило: «критикуємо зміст, а не людей».
- Якщо якийсь матеріал викличе сильні емоції (страх, злість) – зупини вправу, обговори почуття учнів, нагадай, що емоції нормальні, але можуть бути використані для маніпуляції.
- Уникай надто жорстких прикладів (наприклад, сцен насильства) – достатньо, щоб вони були емоційними за змістом.
- Будь готовий до різних реакцій учнів – деякі новини можуть торкатися чутливих для них тем (здоров'я, безпека, сімейні ситуації).

6. Виховна мета уроку

- Показати, що емоції є природними, але ними можна свідомо керувати у медійній комунікації.
- Виробити в учнів звичку зупинятися, ставити запитання, перевіряти джерела перед тим, як вірити й поширювати емоційне повідомлення.
- Посилити вміння відокремлювати факти від емоційних гасел, які можуть призвести до поспішних рішень, конфліктів і дезінформації.

7. Можливі розширення занять

- **Класний плакат:** «10 правил захисту від маніпуляції емоціями в інтернеті» – створений спільно як підсумок уроку.
- **Аналіз реальних прикладів:** використання безпечних міжнародних кейсів із EUvsDisinfo, Demagog.org.pl, Manipulátoři.cz або StopFake.org.
- **Дебати:** «Чи потрібні емоційні новини в медіа?» – учні готують аргументи «за» і «проти».
- **Домашнє завдання:** знайти протягом тижня заголовки або пости, що викликає емоції, й проаналізувати – чи це маніпуляція, чи лише інформування.

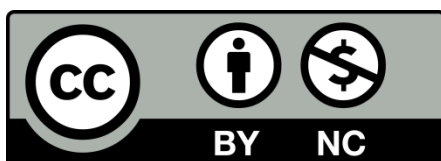
8. Наукові та освітні джерела (міжнародні, європейські, чеські, словацькі, українські)

Проект спільно профінансований Європейським Союзом



**Co-funded by
the European Union**

- **EDMO – European Digital Media Observatory**
<https://edmo.eu>
– дослідження про вплив емоцій на поширення дезінформації, освітні звіти.
- **EUvsDisinfo – Європейська служба зовнішніх дій**
<https://euvsdisinfo.eu>
– аналізи емоційних кампаній дезінформації в ЄС, приклади використання страху й гніву у фейках.
- **UNESCO – “Media and Information Literacy Curriculum for Teachers”**
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>
– глобальний погляд на вплив емоцій на сприйняття інформації, освіта у сфері критичного мислення.
- **StopFake.org (Україна)**
<https://www.stopfake.org/en/news/>
– приклади емоційних фейків, аналізи механізмів викликання страху й паніки.
- **Demagog.org.pl (Польща)**
<https://demagog.org.pl>
– перевірка фактів, звіти про використання емоцій у фейках і суспільних кампаніях.
- **Manipulátoři.cz (Чехія)**
<https://manipulatori.cz>
– аналізи емоційних фейків у чеському інформаційному просторі.
- **Demagog.cz / Demagog.sk (Чехія / Словаччина)**
<https://demagog.cz> / <https://demagog.sk>
– приклади політичних і соціальних повідомлень, які використовують емоції для маніпуляції громадською думкою.



Проект спільно профінансований Європейським Союзом