

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА



ДЯКОВ ОЛЕКСІЙ АНДРІЙОВИЧ

Допускається до захисту:
В.о. завідувача кафедри
журналістики та соціальних
комунікацій, доктор п. н., к.н.
із соц. комунікацій,
Наталія СТЕБЛИНА
« ____ » _____ 2024 р.

**РОЗРОБКА ТА НАПОВНЕННЯ МЕДІААНАЛІТИЧНОГО ПРОЄКТУ
ПРО ПРОПАГАНДИСТСЬКІ НАРАТИВИ АВТОРИТАРНИХ ДЕРЖАВ**

Спеціальність 061 Журналістика

Магістерська робота (практичний медіапроект)

Науковий керівник:

Родигін К. М.,
кандидат філософ. наук, доцент
доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
ОПИС ПРОЄКТУ.....	9
Опис запланованої діяльності та контент-план.....	9
Аудиторія.....	12
Очікувані результати та вплив проєкту.....	13
Опис медіаринку.....	14
Звіт за результатами втілення проєкту.....	17
Глосарій.....	20
ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	24

АНОТАЦІЯ

РОЗРОБКА ТА НАПОВНЕННЯ МЕДІААНАЛІТИЧНОГО ПРОЄКТУ ПРО ПРОПАГАНДИСТСЬКІ НАРАТИВИ АВТОРИТАРНИХ ДЕРЖАВ

Медіапроект спрямований на організацію особистої та суспільної безпеки від пропаганди, формування розуміння шляхів її ідентифікації через систематичне подання аудиторії проєкту історичних кейсів із наявним елементами інформаційного впливу на свідомість мас. Також передбачається підвищення рівня розуміння суті історико-політичних процесів, а також процесів сучасності, в інформаційному просторі, які стосуються ведення інформаційної війни шляхами пропаганди і контр-пропаганди, використанням фейків і маніпуляцій.

Діяльність проєкту передбачає досягнення поставлених цілей, які включають напрацювання матеріально-джерельної бази й відбір історичних прикладів із наявним слідом безпосереднього або опосередкованого пропагандистського впливу, аналіз заходів і використаних засобів при реалізації такого впливу і спричинених ним у подальшому наслідків, опис проаналізованого й виклад у формі публіцистичних й наукових матеріалів, створення інформаційного ресурсу для публікації цих матеріалів, а також безпосередня публікація їх на цьому ресурсі та в інших медійних та наукових виданнях.

Медіапроект є важливим для українського суспільства, оскільки цільова аудиторія, що є широкою і охоплює різні категорії осіб, які володіють українською мовою, отримає або покращить наявні навички розпізнавання пропагандистських елементів в інформаційних повідомленнях, зафіксованих на різного виду носіях у діапазоні від безпосередніх ЗМІ до документального кінематографу або ілюстративних засобів непубліцистичного і нежурналістського характеру. Додатково підвищиться рівень ерудованості аудиторії, обізнаність в історичних процесах, явищах та подіях минулого.

Ключові слова: пропаганда, алгоритм, вплив на свідомість, аналіз, розпізнавання, історія, суспільство, елементи пропаганди, історико-соціальні процеси, суспільно-політичні процеси.



ВСТУП

Актуальність обраної теми

В умовах сталої інформаційної війни та інтенсивного цифрового розвитку суспільства в контексті глобалізації, необхідно правильно сприймати і опосередковано споживати отримані повідомлення, незалежно від того, чи є вони історичними відомостями про об'єкт, чи повідомленням щодо сучасного перебігу подій, процесів та явищ. Адекватне сприйняття інформації незалежно від емоційного фону, сформованої зацікавленими суб'єктами чи органічно утвореної інформаційної бульбашки і опублікованих висновків, зроблених іншими реципієнтами, є базовими умовами нормальної побудови причинно-наслідкових зв'язків щодо окремих процесів, явища чи події або їх сукупностей. Безпосередньо побудова таких зв'язків індивідом необхідна в тому числі для ведення дієвої контр-пропагандистської діяльності, створення та розповсюдження об'єктивного контенту суспільно-політичного та історичного характеру представниками мас й у масах, а також якісної та послідовної реалізації своїх інтересів в інтернаціональному просторі.

База умов для втілення наведеного переліку засобів та заходів інформаційного впливу може бути сформована шляхом систематичної просвітницької роботи, спрямованої на маси, суть якої полягає у виробленні в реципієнта критичного мислення й навичок розрізняти пропаганду і маніпуляції на рівні алгоритмів, а не лише ідеологій та окремих наративів, що поширюються за їх посередництвом. При цьому якісне наповнення повідомлення не повинне залишатися поза увагою реципієнта. Логічним рішенням при реалізації відповідної систематичної роботи є забезпечення аудиторії історичними кейсами із наявною пропагандою, зокрема, у функціонуванні авторитарних політичних режимів минулого та окремих проявах авторитаризму, втіленні заходів для його організації. По-перше, приклади минулого мають нижче емоційне забарвлення у порівнянні із поточними ситуаціями, якісно проаналізовані дослідниками – представниками різних ідеологій та систем цінностей, світогляд яких формувався у різні історичні періоди, за різних політичних режимів та в різних

соціальних середовищах. По-друге, значна кількість подій, зафіксованих в історії людства, мали схожу структуру з позиції аналізу у контексті «передумова-привід-перебіг-наслідок», а повноцінні знання, отримані з такого аналізу кейсів минулого, дозволяють вчасно розпізнати аналогічні процеси, які можуть відбуватися сьогодні, перебуваючи на різних етапах свого перебігу. З двох наведених причин, наслідки обраного способу систематичної просвітницької роботи дозволять більш об'єктивно робити висновки про безпосередні алгоритми впливу на свідомість. Окрім історичного контексту, аналіз сучасніших прикладів пропагандистського впливу окресленого характеру є аналогічно дієвим засобом реалізувати мету проєкту. При цьому варто враховувати ймовірну емоційну складову таких прикладів при сприйнятті викладу аудиторією.

У поєднанні із розумінням суті певних ідеологій, їх прихильників або зацікавлених у їх поширенні суб'єктів, навичка розпізнавання алгоритмів пропагандистської діяльності, а, відповідно, систематична просвітницька робота у напрямку вироблення у реципієнта такої навички, забезпечить українське суспільство стійкістю до пропаганди, маніпуляцій та високого емоційного фону, котрі присутні в інформаційному просторі на локальному та глобальному рівнях, забезпечить більш глибоким, порівняно із поточним, рівнем обізнаності у складних суспільно-політичних процесах.

З наведених причин тема медіапроєкту є **актуальною**.

Мета проєкту – роз'яснення алгоритмів та суті пропагандистського впливу через аналіз історичних кейсів, формування критичного мислення громадян щодо відомостей у політико-історичних та суспільно-політичних контекстах, достатнім для резистентності до фейкового, емоційного та ідеологічного навантаження при споживанні контенту.

Основні цілі та завдання проєкту:

- знаходити і демонструвати кейси пропаганди минулого та сучасності із викриттям маніпуляцій свідомістю;

- знаходити, синтезувати та рекомендувати методики захисту від маніпуляцій у безпосередньому та/або опосередкованому форматі;
- розробити алгоритми розрізнення маніпуляцій та пропаганди для аудиторії, виробити навичку селективно підходити до споживання контенту;
- вести просвітницьку діяльність щодо термінології та явищ, пов'язаних із пропагандою, фейками та маніпуляціями.

Об'єкт дослідження – історичні та сучасні кейси із присутньою інформаційною роботою, що існує у вигляді супроводу суспільно-політичних подій, процесів та явищ,

Предмет дослідження – вплив, як наслідок події або її пряма сутність, на свідомість мас з метою поширення певних ідей і точок зору.

Джерельна база медіапроєкту

Під час створення медіапроєкту використовувалися переважно електронні ресурси або оцифровані джерела інформації, розміщені на спеціалізованих сайтах.

Енциклопедичні ресурси («Encyclopedia Britannica»; «International Encyclopedia of the First War»; «Енциклопедія сучасної України») [6; 7; 15] використовувалися як для формування загального порядку денного при створенні публікацій та контент-плану, тобто основної матеріально-джерельної бази, так і для загального орієнтування по обраній для кожної публікації темі.

Підручники та книжки («The Rise and Fall of the Third Reich»; «The Cambridge ancient history») [9; 10] використовувалися у якості основної матеріально-джерельної бази, для підтвердження або спростування фактів.

Публікації в наукових виданнях використовувалися у якості основної матеріально-джерельної бази, для підтвердження або спростування фактів [18; 19; 25–28].

Електронні музеї або сайти музеїв та електронні галереї і стокові сервіси («Auckland War Memorial Museum»; «British Museum»; «Wikimedia Commons»; «Pexels») [4; 5; 8; 11] використовувалися у якості допоміжної матеріально-

джерельної бази, а також у якості основних джерел візуальних елементів як для ілюстративного супроводження викладу досліджень, так і в якості безпосереднього джерела об'єктів дослідження.

Відео-сервіс YouTube використовувався для пошуку аудіовізуального контенту, що був потенційним об'єктом дослідження.

Методи, використані при підготовці медіапроекту

Під час розробки медіапроекту були використані такі методи дослідження:

- 1) загальнонаукові: типологічний та спостереження (пошук та відстеження історичних кейсів із інформаційною роботою), описовий (аналітичний огляд кейсів на предмет дослідження), узагальнення (формування висновків щодо розпізнаних алгоритмів впливу на свідомість і тенденцій окремих процесів);
- 2) спеціальні: контент-аналіз (історичних пам'яток, історичних документів на зазначений у роботі предмет дослідження), синтез (висновки щодо на основі отриманих відомостей).

ОПИС ПРОЄКТУ

Опис запланованої діяльності та контент-план

Для повноцінної реалізації мети, поставлених завдань та цілей медіапроєкту були визначені основні напрямки діяльності роботи:

- Створення та опрацювання матеріально-джерельної бази проєкту.
- Виокремлення історичних епізодів із явними ознаками інформаційного впливу для глибинного аналізу на предмет пропагандистських елементів.
- Розкриття епізодів-кейсів із наявними елементами пропаганди із залученням додаткових джерел інформації.
- Аналітична робота в контексті пошуку алгоритмів впливу на свідомість у кожному з кейсів.
- Систематизація знайдених даних і синтезованих відомостей та висновків у формат читабельних сюжетів, зокрема угруповання або виокремлення певних кейсів для адекватної подачі у вигляді матеріалів.
- Створення матеріалів-блогів у публіцистичному стилі.
- Створення інтернет-ресурсу (телеграм-каналу із залученням платформи Telegraph) для оприлюднення матеріалів.
- Публікація блогів згідно з контент-планом (обраним розпорядком публікації)
- Просування ресурсу із використанням доступних PR-технологій та рекламування.

Для систематизації роботи був розроблений контент-план:

Дата/період	Поставлене завдання	Контент
Вересень 2023	Визначення теми, мети, завдань і способів реалізації медіапроєкту.	
Жовтень 2023	Напрацювання матеріально-джерельної бази для подальшого створення матеріалів.	Створення матеріалу «Пропаганда у фільмах Лені Рифеншталь».

Дата/період	Поставлене завдання	Контент
Листопад 2023	Підготовка матеріалу для наукової конференції «Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи» для апробації матеріалу на конференції із подальшою публікацією у збірнику конференції.	Створення матеріалу на тему «Пропаганда у документальному кіно тоталітарних режимів: аналіз інструментів впливу на масову аудиторію на прикладі стрічок Л. Рифеншталь», представлення на конференції, публікація у збірнику тез конференції. Створення матеріалу «Завдяки чому радіо СРСР поширювало свою пропаганду».
Грудень 2023 – Січень 2024	Напрацювання матеріально-джерельної бази проєкту і опрацювання напрацьованої.	
Лютий 2024	Напрацювання матеріально-джерельної бази проєкту і опрацювання напрацьованої. Створення матеріалу для сайту «Інтент».	Створення матеріалу «Доля пропагандистів Третього Рейху» й публікація його на сайті «Інтент».
Березень – Квітень 2024	Опрацювання напрацьованої матеріально-джерельної бази, аналіз медіаринку	
Травень 2024	Створення матеріалу для сайту «Інтент»	Створення матеріалу «Топ-3 пропаганди з давнього світу»

Дата/період	Поставлене завдання	Контент
		й публікація його на сайті «Інтент»
Червень – Серпень 2024	Опрацювання матеріально-джерельної бази, аналіз медіаринку, розробка стратегії просування ресурсу медіапроєкту.	
Вересень 2024	Створення ресурсу для реалізації медіапроєкту «Під Прицілом Пропаганди» на платформі Telegram.	Створення ресурсу: https://t.me/ppppropaganda
29.09.2024		Публікація матеріалу «Культи особистостей та «боги» Північної Кореї»
		Публікація матеріалу «Топ-6 цікавих фактів про пропаганду у Північній Кореї»
13.10.2024	Просування ресурсу.	Публікація матеріалу «Доля пропагандистів Третього Рейху»
		Публікація матеріалу «Пропаганда у фільмах Лені Рифеншталь»
27.10.2024	Просування ресурсу.	Публікація матеріалу «Топ-3 випадки використання магічних практик для залякування ворогів»

Дата/період	Поставлене завдання	Контент
10.11.2024	Просування ресурсу.	Публікація матеріалу «Завдяки чому радіо СРСР поширювало свою пропаганду»
24.11.2024	Просування ресурсу.	Публікація матеріалу «Топ-3 пропаганди з давнього світу»
08.12.2024	Просування ресурсу.	Публікація матеріалу «Топ-3 випадки застосування психологічного впливу Александром Македонським»
Листопад 2024	Просування ресурсу. Провести опитування з метою отримання відомостей про якісні показники результативності роботи проєкту.	Створення матеріалу «Філософія пропаганди», вживання заходів для просування телеграм-каналу. Створити опитування.
8.12.2024	Просування ресурсу.	Публікація матеріалу «Пропаганда Першої Світової війни»
15.12.2024		Публікація матеріалу «Філософія пропаганди»

Аудиторія

З огляду на широкий формат медіапроєкту з точки зору тематичного наповнення, зокрема матеріалами на основі кейсів різних історичних періодів та об'ємною географією реалізації, деталізовані портрети потенційної цільової аудиторії не створювалися, натомість окреслювалися загальні елементи таких портретів.

Враховуючи просвітницький характер інформаційного ресурсу, для реалізації поставлених цілей медіапроєкту було окреслено загальні характеристики потенційної цільової аудиторії.

Реципієнтами проєкту є україномовні особи, зокрема молодь, у віці від 18 до 40 років, які є реципієнтами українського інформаційного середовища, користувачами соціальних мереж. Представники цільової аудиторії мають базові знання з історії України та всесвітньої історії, цікавляться політичним середовищем не лише з позиції власних уподобань, а й з загальної метапозиції. Цікавляться великим діапазоном тематик, які, окрім історії, можуть мати філософське, природниче, психологічне, воєнне підґрунтя. В тому числі, йдеться про питання інформаційної гігієни. З позиції власної ідеології не є радикальним сегментом з питань, що піднімаються у матеріалах, при цьому можуть мати однозначні переконання стосовно окремих політичних та історичних подій, процесів та явищ. Вони є користувачами месенджера Telegram, не є споживачами виключно швидкого контенту, зокрема вертикального аудіовізуального контенту й коротких текстових повідомлень, сприймають довгі та середні за обсягом тексти.

Очікувані результати та вплив проєкту

Створення та розробка медіапроєкту передбачають реалізацію названих заходів із метою отримання наступних результатів:

- Створення та публікація матеріалів-блогів у публіцистичному стилі з елементами аналітики на основі історичних та сучасних кейсів із наявними прикладами впливу на свідомість.
- Повноцінна реалізація інтернет-ресурсу, на якому матеріали будуть опубліковані.
- Покращення навичок розпізнавання алгоритмів дії пропаганди в аудиторії проєкту.

Діяльність медіапроєкту прогнозовано матиме широкий вплив просвітницького характеру. Цільова аудиторія отримає навички якісної

фільтрації контенту у соціальних мережах, ЗМІ та інших різновидів медіа, включно з історичними документами, продуктами аудіовізуального виробництва, аудіального виробництва, графічно-ілюстративними продуктами й безпосередньою комунікацією, зокрема у форматі промов або діалогів. Очікуваним результатом є формування в окресленій аудиторії свідомої стійкості до пропагандистського, маніпулятивного впливу. Безпосередньо ця навичка сформує в аудиторії раціональний підхід до формування власної інформаційної бульбашки, грамотне споживання інформаційного контенту з усіх видів джерел інформації й уміння розпізнавати алгоритми роботи пропагандистських повідомлень.

У якості додаткового позитивного ефекту очікується підвищення рівня ерудованості аудиторії медіапроєкту за посередництвом отримання значної кількості інформації історико-політичного характеру. Об'єм навантаження документальними даними у матеріалах не є вичерпним і має властивість розповідати про історичні події із достатнім рівнем деталізації для публіцистичного тексту, але недостатнім для джерела інформації для навчання історії або політичним наукам. Специфіка насиченого історичною інформацією публіцистичного тексту із частково розкритою широкою темою (як для наукових або навчальних, академічних текстів) спонукає реципієнта самостійно шукати додаткову інформацію для деталізації отриманих завдяки медіапроєкту знань.

Опис медіаринку

Сегменти медіаринку, до якого належить медіапроєкт, є популяризованими у ЗМІ, в соціальних мережах та на стрімінгових платформах. Враховуючи специфіку проєкту, яка полягає у веденні просвітницької роботи щодо розпізнавання пропаганди на прикладах історичних кейсів, йдеться про два сегменти: історичний у розважальному та пізнавальному контекстах й політико-інформаційний в інформативному та просвітницькому контекстах.

«Ключ до історії» – телеграм-канал, де створюються короткі пости, як правило, ілюстративні, на тему історії й особистостей минулого. Фрагментарне

подання інформації про факти минулого є подібним до алгоритму діяльності цього медіапроєкту. При цьому, канал має інформативний характер і слабкий аналітичний потенціал.

«Історичний архів» – телеграм-канал, де створюються короткі пости, як правило, ілюстративні, на тему історії й особистостей минулого і з акцентом безпосередньо на український та метаукраїнський історичний екскурс. При цьому канал має інформативний характер і слабкий аналітичний потенціал.

«Радіо Свобода» – сукупність українських інформаційних ресурсів, де частина публікацій та ефірів присвячені розвінчанняю фейків, контрпропаганді у сучасному інформаційному просторі та в історичному дискурсі. Створюються публікації на сайті та у соціальних мережах, ведуться трансляції на сайті, ютуб-каналах, виходять (виходили) сюжети на телебаченні. На відміну від цього проєкту, «Радіо Свобода» наразі ставить за мету контр-пропагандистську діяльність саме у контексті російсько-української війни [21].

«Антизомбі» – українська телевізійна програма. З 27 березня 2015 року виходить на телеканалі ICTV. З точки зору постійної демонстрації та систематичного розвінчання прикладів пропаганди, виконує схожу із цим медіапроєктом функцію, при цьому фокусується саме на російсько-українському питанні, що робить її контр-пропагандистський ефект водночас більш потужним в окресленому напрямку, і менш дієвим у широкому контексті (на відміну від цього проєкту) [1].

«В гостях у Гордона» – телепрограма українського журналіста Дмитра Гордона у форматі інтерв'ю, яка виходить на однойменному ютуб-каналі. Власник каналу і його працівники спілкуються із особистостями різного світогляду, що дає широку картину розуміння суспільно-політичної ситуації та забезпечує аудиторію міркуваннями індивідів, сформованих у різних соціально-політичних середовищах. На каналі рідше піднімаються питання відверто історичного характеру, зокрема античних часів, а обговорення актуальних питань часто супроводжується високим емоційним фоном. Матеріали цього

проєкту мають нижче емоційне забарвлення й поглиблений історичний дискурс [13].

«Українська Правда» – відоме українське видання. Зокрема його веб-сайт містить публікації, які розвінчують пропаганду минулого та сучасності. Також там присутній розділ «блоги», де можуть публікуватися авторські матеріали у публіцистичних жанрах. На відміну від цього проєкту, видання не має специфічної, вузької мети у формуванні навичок протистояння пропаганді [23].

«Альфа Медіа» – проєкт українського журналіста Миколая Фельдмана. Ведеться у форматі відео-трансляцій на платформі YouTube, у безпосередньому форматі інтерв'ю. Специфіка проєкту передбачає просвітницьку роботу у напрямку формування критичного мислення, розвінчення пропаганди й виробленні в аудиторії навичок розпізнавання пропагандистського впливу. На відміну від цього проєкту, історичні питання піднімаються рідше, хоча частка їх згадування доволі висока [2].

«Історія на Карті» – історичний ютуб-канал із елементами аналітики, що публікує матеріали у форматі відео з ілюструванням контенту на анімованій мапі та дикторським супроводом (дикторський матеріал з ілюстративним супроводом). З погляду занурення в історичний експурс, аналітичної роботи та загальних висновків, виконує схожі із цим медіапроєктом просвітницькі функції. Але, враховуючи специфіку саме загального історичного експурсу, канал не має направлено фокусу на інформаційне супроводження історичних подій [17].

Варто зазначити, що названі вище ресурси є представниками саме українського, або в тому числі українського медіаринку. З огляду на специфіку проєкту, схожі за алгоритмами, але відмінні за аудиторним спрямуванням проєкти, зокрема закордонні із аналогічним спрямуванням, теж присутні в інформаційному середовищі, але не потребують особливого фокусу уваги, не можуть вважатися конкурентами.

Звіт за результатами втілення проєкту

Під час створення медіапроєкту була напрацьована та опрацьована матеріально-джерельна база, яка собою являла книжки та підручники, наукові публікації, електронні ресурси, інтернет-архіви та веб-сервіси із базами візуального та аудіовізуального контенту. Для проведення дослідницької та аналітичної роботи на предмет наявності в окремих історичних процесах, явищах чи подіях пропагандистських елементів опрацьовувалися вже наявні дослідження та безпосередньо досліджувалися історичні джерела, котрі містили інформацію, або безпосередньо фігурували у процесах впливу на свідомість мас.

Попередньо, в якості ресурсу для реалізації проєкту, було заплановано використовувати платформу TikTok. Після спроб публікації деяких матеріалів сервіс блокував їх, посилаючись на порушення норм і правил користування, зокрема, публікацію «політизованого» контенту.

З огляду на проблему, було створено канал на платформі Telegram «Під Прицілом Пропаганди», який використовувався у якості ресурсу для розміщення публіцистичних матеріалів. Матеріали оприлюднювалися із періодичністю у вигляді постів із посиланням на сторінку на базі сервісу Telegraph.

Публікації розміщувалися за наведеним вище контент-планом.

Створено 10 публіцистичних матеріалів:

- *«Культу особистостей та «боги» Північної Кореї».* У матеріалі викладено інформацію про політичний режим Північної Кореї і засоби пропаганди, якими користується місцева «еліта» з метою утримання влади. Показана специфіка «культу особистості» місцевого правлячого клану із окресленням засобів, котрими послуговувалися їх прихильники та вони безпосередньо під час процесів отримання та подальшого утримання влади. Також описаний інструментарій, матеріально-технічна та ідеологічна база, за посередництвом яких проводиться інформаційна робота. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.
- *Топ-6 цікавих фактів про пропаганду у Північній Кореї.* У матеріалі викладено інформацію про цікаві факти щодо пропаганди у Північній Кореї.

Сегментовано потенційно найбільш читабельні фрагменти із загального масиву дослідження суспільно-політичної ситуації у цій країні. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Доля пропагандистів Третього Рейху».* У матеріалі подано інформацію про долю пропагандистів Нацистської Німеччини. Дослідницька робота передбачала порівняння обставин життя (або його завершення) осіб після Другої світової війни, які підтримували та формували режим Гітлера. Акцентується увага на вироках або ж «якості» життя цих осіб після завершення війни. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Пропаганда у фільмах Лені Рифеншталь».* У матеріалі подано інформацію про пропаганду режиму Адольфа Гітлера у роботах Лені Рифеншталь. Найбільш відомі стрічки проаналізовано на предмет методів та засобів реалізації впливу на свідомість, зокрема через художні та технічні складові кінематографу як явища. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Топ-3 випадки використання магічних практик для залякування ворогів».* У матеріалі подано інформацію про три популярні випадки використання магічних практик для впливу на свідомість впливовими особами минулого, зокрема диктаторами, з метою досягнення певних цілей. Розглянуто психологічний та стратегічний аспекти такого впливу, аналізуються його наслідки й оцінюється ефективність. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Завдяки чому радіо СРСР поширювало свою пропаганду».* У матеріалі викладено інформацію про методи та засоби поширення пропаганди в СРСР за посередництвом радіо. Окреслюються умови та специфіка радіомовлення у контексті відмінності дикторів від радіоведучих у сучасному розумінні, акцентується увага на централізованому контролі мовлення з боку держави, досліджуються емоційний та технічний аспекти радіомовлення, якісне

(ідеологічне) наповнення ефіру. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Топ-3 пропаганди з давнього світу».* У матеріалі викладено інформацію про три відомих випадки впливу на свідомість мас із давнього світу. Проаналізовано та досліджену специфіку впливу на свідомість «Бегістунського напису», пропаганди імператора Октавіана Августа та інформаційно-пропагандистських заходів фараона Рамзеса II. Акцентовано увагу на сучасну актуальність використаних у цих прикладах методик впливу на свідомість мас, деталізовано використані засоби пропаганди. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Топ-3 випадки застосування психологічного впливу Александром Македонським».* У матеріалі викладено інформацію застосування впливу на свідомість мас імператором Александром Македонським у контексті «культу особистості», міфологізації, воєнної пропаганди. Акцентовано увагу на актуальності використаних методик у сучасному світі. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Пропаганда Першої Світової війни».* У матеріалі викладено інформацію про пропагандистські заходи, реалізовані країнами-учасницями війни з метою її інформаційного супроводження та отримання певної стратегічної переваги над суперниками. Проаналізовано відомості про якісні та кількісні показники діяльності друкованих ЗМК, візуальних та аудіовізуальних інструментів, за посередництвом яких відбувалася реалізація впливу. Акцентовано увагу на актуальності використаних методик у сучасному світі. Матеріал створено на основі власного дослідження, сконструйовано у форматі публіцистичного блогу.

- *«Філософія пропаганди».* У матеріалі подано інформацію про загальні алгоритми функціонування пропаганди. Опубліковано метафізичний погляд на пропаганду як на явище. Матеріал має публіцистичний характер.

Було створено науковий матеріал на тему «Пропаганда у документальному кіно тоталітарних режимів: аналіз інструментів впливу на масову аудиторію на

прикладі стрічок Л. Рифеншталь». Матеріал апробовано на науковій конференції «Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи» й опубліковано у збірнику конференції.

Ресурс «Під Прицілом Пропаганди» просувався за допомогою наявних засобів, зокрема популяризації у соціальних мережах. Наразі він має 104 підписники, кожна публікація налічує від 40 до 190 переглядів.

Глосарій

Протягом розробки медіапроєкту використовувалися терміни, точність визначення яких безпосередньо впливає на інтерпретацію матеріалів проєкту. Нижче наведені такі терміни.

Пропаганда – «термін, що має широке значення залежно від суспільно-політичного та ідейного контексту суб'єктів, які ним послуговуються та його описують. система діяльності, спрямована на поширення знань, художніх цінностей та іншої інформації з метою формування певних позицій, уявлень, емоційних станів, здійснення впливу на соціальну поведінку людей; поширення в масах ідеології та політики певних класів, партій, держав» [27, с. 120].

Алгоритм – «це скінченна послідовність вказівок (команд), формальне виконання яких дозволяє за обмежений час отримати розв'язок задачі» [14].

Пропагандист – особа, що поширює пропаганду, керуючись певною системою цінностей, ідеологією, перебуваючи у складі відповідно зацікавленої організації безпосередньо, опосередковано, або виконує роботу незалежно від таких.

Культ особистості – «надмірне звеличення верховних правителів, крайнім проявом якого є їхнє обожнювання. Його насаджують за допомогою певних процедур і церемоній, а також завдяки пропаганді й вихованню молоді у відповідному руслі» [15].

Аудіовізуальні засоби – «це особлива група засобів, що використовується для передачі та сприйняття інформації, зафіксованої на різних запам'ятовуючих пристроях (кіноплівках, аудіоплівках, компактних дисках і таке інше) та на

друкованих основах (схемах, таблицях, діаграмах, графіках, репродукціях картин тощо)» [12].

Диктатор – «це володар, правитель, що одноосібно управляє державою і має необмежену владу. Як найвища посадова особа з необмеженою владою вперше з'являється у Римській республіці. Призначався консулами за погодженням із сенатом на час найбільшої небезпеки для держави, зокрема на шість місяців» [20].

Нацизм (націонал-соціалізм) – «ідеологія, з якої зросла форма суспільного устрою, що поєднали елементи соціалізму з агресивним націоналізмом (зокрема німецька партія НСДАП). Деякі дослідники вважають його різновидом фашизму, хоча самі нацисти ніколи так себе не ідентифікували. Незважаючи на схожість, фашизм і нацизм у класичній формі існували тільки в Італії (фашистська диктатура Б. Муссоліні 1922–1943 рр.) і Німеччині (нацистська диктатура А. Гітлера 1933–1945 рр.), тому за своєю природою вони унікальні. Обидві ідеології зародилися на початку 20-х рр. XX ст. внаслідок незадоволення результатами Першої світової війни і революцій. Італійський фашизм схилявся до крайніх форм етатизму і тоталітаризму, тоді як німецький нацизм – до крайніх форм расизму. Націонал-соціалізм був радикально-правою течією соціалізму і разом із комунізмом – його радикально-лівою течією – став основним різновидом тоталітаризму XX ст.» [20].

Авторитаризм – «тип політичного режиму, що характеризується обмеженням політичних прав і свобод народу, його участі в управлінні державою, зосередженням влади в одних руках. У політології це явище розглядають як протилежне демократії» [15]. Тоталітаризм є крайнім, радикалізованим проявом авторитаризму.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Протягом періоду роботи над медіапроектом було досягнуто таких результатів.

З огляду на актуальність і потреби українського суспільства, було обрано тему і методи її реалізації у форматі, який передбачає проведення просвітницької роботи із широкою аудиторією, а також окреслено завдання проекту.

Була напрацьована матеріально-джерельна база медіапроекту, яка містить відомості про історичні кейси із ознаками пропагандистських складових. Кейси опрацьовані на предмет їх структури та якісного наповнення, характеру пропагандистських елементів, засобів та методів їх реалізації.

На основі проведених досліджень було створено 10 публіцистичних матеріалів із елементами аналітики у форматі блогів, і 1 науковий матеріал. Для публікації публіцистичних матеріалів був створений ресурс «Під Прицілом Пропаганди» на платформі Telegram. Для якісного розміщення матеріалів використовувалася платформа Telegraph із публікацією посилань на розміщені матеріали у стрічці створеного ресурсу. Також деякі матеріали були опубліковані на сайті видання «Інтент» у розділі «Блоги». Науковий матеріал був апробований на науковій конференції «Українська журналістика у світовому інформаційно комунікаційному контексті: здобутки і перспективи» й опублікований у збірнику конференції.

Просування медіапроекту відбувалося усіма доступними шляхами, зокрема розповсюдженням контенту у соціальних мережах, публікацією матеріалів на сайтах інших видань й участю у конференціях.

З огляду на проведені опитування, реалізація поставлених завдань сформувала в аудиторії проекту навички розпізнавання алгоритмів роботи пропаганди у контенті, який вони можуть споживати із ЗМІ, соціальних мереж, а також будь-яких інших носіїв інформації, включно із звичайними ілюстраціями та складними аудіовізуальними продуктами. Відповідно, сформовані навички розпізнавання пропаганди безпосередньо, що зменшує інтенсивність її впливу на свідомість аудиторії. В якості другорядного ефекту був підвищений рівень

обізнаності реципієнтів в історико-політичних процесах, а також рівень зацікавленості в історії світу безпосередньо.

Перспективними напрямками розвитку медіапроєкту є розширення його аудиторії, масштабування в інтернет-просторі, зокрема за посередництва розміщення матеріалів на нових веб-сайтах й у соціальній мережі Facebook. Створення нових наукових публікацій привертатиме до проєкту увагу в науковому просторі, завдяки чому більш реалістичною буде перспектива популяризації проблеми нерезистентності до пропаганди суспільства й шляху вирішення цього питання, який реалізує проєкт.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. «Антизомбі». *YouTube*. URL:
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLHSSC6VzRB5JBD3TMMa5i1SwVp5kikq7B> (дата звернення: 09.11.2024).
2. Alpha Media. *YouTube*. URL:
<https://www.youtube.com/@ALPHAMEDIACHANNEL> (date of access: 02.11.2024).
3. Arolsen archives. URL: <https://arolsen-archives.org/en/search-explore/search-online-archive/> (date of access: 02.12.2023).
4. Auckland War Memorial Museum. URL:
<https://www.aucklandmuseum.com/> (date of access: 06.11.2024).
5. British Museum. URL: <https://www.britishmuseum.org/> (date of access: 14.08.2024).
6. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/> (date of access: 01.11.2024).
7. International Encyclopedia of the First War. URL:
<https://encyclopedia.1914-1918-online.net/> (date of access: 24.10.2024).
8. Pexels. URL: <https://www.pexels.com/search/historical/> (date of access: 02.11.2024).
9. Shirer W. L. *The Rise and Fall of the Third Reich: A History of Nazi Germany*. New York, 1960. 1273 p.
10. The Cambridge ancient history. *Internet Archive*. URL:
https://archive.org/details/iB_Ca/01-01/ (date of access: 01.12.2023).
11. Wikimedia Commons. URL:
https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page (date of access: 09.11.2024).
12. Борисюк О. Використання аудіовізуальних засобів навчання в освітній системі України. *Věda a technologie: krok do budoucnosti – 2016 : materiály XII mezinárodní vědecko-praktická conference, 22–28 února 2016 roku*. Praha : Education and Science, 2016. Díl 9 : Pedagogika. S. 71-73.

13. В гостях у Гордона. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/@Gordonua> (дата звернення: 09.11.2024).
14. Дацюк А.А. Комп'ютерна техніка та інформаційні технології. Електронний посібник. Ковель, 2020. URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/Електронний%20посібник%20Дацюк%20А.А/page19.html (дата звернення: 09.11.2024).
15. Енциклопедія сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/> (дата звернення: 08.11.2024).
16. Інтент. URL: <https://intent.press/> (дата звернення: 18.11.2024).
17. Історія На Карті. URL: <https://www.youtube.com/@istoriyanakarti> (дата звернення: 05.11.2024).
18. Каганов Ю. «Ворожі голоси» Ідеологічне протистояння на радіохвилях у радянській Україні (Друга половина XX ст.). *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2013. Вип. 35. С. 193-201.
19. Коруц У.З. Поняття пропаганди війни: історико-правовий аспект. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. № 1. С. 118–121.
20. Політична енциклопедія / ред. Ю. Левенець. Київ : Парлам. вид-во, 2011. С. 213.
21. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/news> (дата звернення: 02.11.2024).
22. ТСН. URL: <https://tsn.ua/politika> (дата звернення: 03.11.2024).
23. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/> (дата звернення: 03.11.2024).
24. Федеральна служба безпеки США. URL: <https://www.fbi.gov/> (дата звернення: 01.12.2023).
25. Федорів Я. Р. Маніпулятивна риторика: лінгвопрагматичний аналіз стратегій прихованого впливу. *Наукові записки НаУКМА*. 2010. Том 111. Філологічні науки. С.7-10.

26. Фісенко Т. В. Кінематограф у формуванні громадської думки. Обрії друкарства. 2020. № 1(8). С. 205–223.

27. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. №1. С. 119–122.

28. Школова О. П. Основні міфологеми нацистської пропаганди. *Пропаганда vs контрпропаганда у медіапросторі: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 12 лютого 2018 р.)*. Запоріжжя : Інтер-М, 2018. С. 144–150.