

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА



МЕЛЬНИК МАРИНА ОЛЕКСАНДРІВНА

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

**РОЗРОБКА ТА НАПОВНЕННЯ МЕДІАНАЛІТИЧНОГО ПРОЄКТУ
ПРО СУЧАСНУ РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ**

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)

Вінниця – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
ОПИС ПРОЄКТУ.....	8
Опис запланованої діяльності та контент-план.....	8
Аудиторія.....	14
Очікувані результати та вплив проєкту.....	15
Опис медіаринку.....	16
Звіт за результатами втілення проєкту.....	21
Глосарій.....	25
ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	34
ДОДАТКИ.....	39

АНОТАЦІЯ

РОЗРОБКА ТА НАПОВНЕННЯ МЕДІААНАЛІТИЧНОГО ПРОЄКТУ ПРО СУЧАСНУ РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ

Медіапроект спрямований на інноваційну та інтерактивну просвітницьку діяльність, зосереджену на розвінчуванні пропагандистських наративів ворожої країни у контексті інформаційної війни під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну. Проект використовує сучасні медійні технології, аналітичні інструменти для протидії маніпуляціям свідомістю користувачів, формуючи стійкість до дезінформації та критичне мислення серед аудиторії, вчить розпізнавати маніпуляції в усіх сферах суспільного життя (в продуктах мистецтва і культури, інтерпретаціях історичних і політичних фактів тощо).

З метою досягнення поставлених цілей та завдань медіапроект було створено та наповнено різноплановим фактчекінговим контентом Telegram-канал «Під прицілом пропаганди». Також проведено моніторинг пропагандистського контенту ворожого медіапростору з аналізом маніпуляцій пропагандистів із висвітленням результатів аналізу в публікаціях каналу. Велася роз'яснювальна робота з читачами каналу щодо прийомів маніпуляцій свідомістю споживачів пропагандистського контенту, розвінчувалися фейки, роз'яснювалися методи протидії пропаганді.

Унікальність медіапроект полягає не лише у виконанні комплексної просвітницької діяльності, метою якої є всебічне розкриття феномену пропаганди, а й у сприянні розвитку критичного мислення українців у споживанні як медійного контенту, так і культурних, наукових і мистецьких продуктів. Проект базується на аналізі сучасних прикладів використання пропагандистських методів, і на дослідженні історичних фактів і подій, що дає змогу простежити еволюцію цього явища в різних соціально-культурних контекстах. Демонструються маніпуляції свідомістю через продукти кіномистецтва, просування пропаганди через приховані інструменти

маніпуляцій в російському та класичному радянському кіно та мультиплікації, популярних кіножанрах: у комедіях, воєнному кіно, драмах, історичних фільмах, – через символіку і асоціації. Розглядаються і прийоми з підміною та перекручуванням фактів при перекладах та озвученні в кінопрокаті, що веде до свідомого спотворення змісту та навіювання широкому колу споживачів інформації потрібних пропагандистам наративів. Такий міждисциплінарний підхід фільтрування інформації забезпечує глибше розуміння механізмів впливу пропаганди на суспільну свідомість і сприяє формуванню критичного мислення у аудиторії, дозволяючи їй більш усвідомлено сприймати інформацію та протистояти маніпуляціям.

Аудиторія – читачі Telegram-каналу, орієнтованого на висвітлення російської пропаганди та її впливу, зосереджена передусім на громадянах України, які прагнуть розібратися у механізмах маніпуляцій, виявляти неправдиву інформацію та глибше розуміти історичні та сучасні корені пропагандистських стратегій Росії тощо. Основну частину аудиторії складають активні громадяни, які відчують потребу у підвищенні своєї медіаграмотності та розумінні інформаційних викликів, зокрема в контексті російсько-української війни.

Особливий акцент робиться на аудиторії віком від 20 до 40 років, яка активно споживає цифровий контент і прагне орієнтуватися в складному інформаційному середовищі. Канал є важливим ресурсом для людей, які хочуть розуміти, як створюються та поширюються маніпулятивні меседжі, та отримувати достовірні факти про історичні й сучасні випадки використання пропаганди. Завдяки доступному, але водночас науково обґрунтованому викладу, матеріали каналу сприяють підвищенню обізнаності громадян України та їхній здатності протидіяти інформаційним атакам.

Чим більше буде обізнаних і медіаграмотних читачів, тим менший вплив буде чинити на їхню свідомість ворожа пропаганда.

Ключові слова: пропаганда, фейки, нові медіа, Telegram-канал, Україна.

ВСТУП

Актуальність обраної теми

В умовах повномасштабної війни путінської Росії з Україною інформаційне протистояння має вагоме значення [26]. «Російськими пропагандистами створюється безліч неправдивого контенту для наповнення соціальних мереж з метою **дискредитувати** керівництво нашої держави, військових або волонтерські організації в очах співвітчизників та Заходу. Супротивник намагається **підірвати віру** українців у перемогу, **спонукати** до бунтів чи демонстрацій всередині країни. І ці процеси мали би вплинути і, як не зупинити, то зменшити військову та економічну допомогу Україні ззовні. І тому, на нашу думку, медіа України мають бути спрямованими на те, щоб сприяти інформаційній обізнаності громадян, освіченості та ґрунтовності у власних судженнях і умовиводах, спираючись на достовірні факти» [26].

Соціологічний енциклопедичний словник інтерпретує дефініцію «пропаганда» у трьох позиціях: «1) 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; 2) поширення в масах ідеології та політики певних класів, партій, держав; 3) засіб маніпуляції масовою свідомістю» [41], паралельно політологічний словник подає це поняття як «діяльність, що передбачає системне поширення, поглиблене роз'яснення соціально-політичних, економічних, правових поглядів, ідей, теорій і забезпечує формування в суспільстві певних настроїв, закріплення у свідомості громадян тих чи інших цінностей, орієнтацій, уявлень з метою максимального розширення кола прибічників відповідної ціннісної системи» [8].

Тож, актуальність теми боротьби з пропагандою в умовах сучасної війни є очевидною, адже інформаційна складова стала не менш важливою, ніж військові дії. Протидія маніпуляціям та поширенню неправдивого контенту потребує ґрунтовного підходу, заснованого на достовірних даних та аналітичних методах.

Саме це сприяє формуванню обізнаного суспільства, здатного протистояти дезінформації та зберігати стійкість перед інформаційними атаками.

Мета медіапроєкту – просвітницька діяльність з розвінчування пропагандистських наративів ворожої країни у інформаційній війні під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну як протидія маніпуляціям.

Завдання проєкту:

- виявляти інструменти пропагандистських маніпуляцій;
- досліджувати методи протидії пропаганді;
- роз'яснювати широкому колу читачів способи виявлення пропаганди та неправдивої інформації.

Предметом медіапроєкту виявлення та аналіз російської пропаганди, її інструментарію щодо маніпуляцій свідомістю користувачів медіапростору; роз'яснення широкому колу читачів способів виявлення пропаганди та неправдивої інформації.

Об'єкт медіапроєкту – Telegram-канал «Під прицілом пропаганди», спрямований на виявлення інструментарію маніпуляцій свідомістю російської пропаганди та розвінчування створених нею фейків.

Джерельна база медіапроєкту:

Джерельна база проєкту охоплює теоретичні, практичні та методологічні аспекти боротьби з пропагандою.

1. **Наукові джерела:** статті у виданні Media, Culture & Society, присвячені сучасним викликам в епоху цифрової пропаганди.

2. **Інтернет-ресурси та програми:**

2.1. **Онлайн-ресурси:** StopFake.org [5], FactCheck.org [1], Snopes.com [4].

2.2. **Технологічні інструменти:** InVID, Google Fact Check Explorer, TinEye.

2.3. **Курси:** онлайн-курси з медіаграмотності на платформах Coursera, Prometheus, вебінари та тренінги від організацій UNESCO, Internews.

3. **Журналістські джерела:** The Guardian, The New York Times, Громадське, Українська правда.

Для систематизації та аналізу зібраної інформації були використані різноманітні методи дослідження, зокрема:

- *систематичний огляд літератури* дозволив виявити найрелевантніші дослідження та сформуванати загальне уявлення про стан досліджуваної проблеми;
- *контент-аналіз* застосовувався для аналізу змісту текстових, візуальних та аудіальних матеріалів, що дозволило виявити ключові теми, концепції та наративи;
- *соціологічні методи* були використані для збору первинних даних про ставлення аудиторії до досліджуваної теми (наприклад, проведення опитувань, фокус-груп);
- *веб-аналітика* дозволила оцінити популярність різних джерел інформації, визначити ключові слова та фрази, за якими користувачі шукають інформацію про обрану тему.

ОПИС ПРОЄКТУ

Опис запланованої діяльності та контент-план

Для реалізації мети, завдань та цілей медіапроєкту були розроблені основні напрямки діяльності роботи, які охоплюють широкий спектр ініціатив, спрямованих на досягнення ефективності та результативності. Відповідно до завдань було організовано роботу над створенням проєкту та складено контент-план (Таблиця 1).

Визначення ключових стратегічних підходів, розробка плану впровадження заходів, а також передбачення ресурсів та інструментів, необхідних для успішної реалізації проєкту – усі ці елементи спрямовані на забезпечення системності та послідовності роботи, а також на створення умов для досягнення запланованих результатів.

Було визначено першочергові завдання: проведення систематичного моніторингу пропагандистського контенту ворожого медіапростору з описом та аналізом інструментарію маніпуляцій пропагандистів; висвітлення та обґрунтування результатів спостережень в соцмережі «Telegram»; проведення роз'яснювальної роботи в публікаціях каналу щодо прийомів маніпуляцій свідомістю, донесення широкому колу читачів каналу способів виявлення пропаганди та розвінчування фейків.

Задля кращого розуміння сучасних інструментів впливу розпропаганди на потенційного споживача, було прийнято рішення взяти участь у семінарі «Журналістика даних для викладачів та студентів» у межах міжнародного проєкту «Підвищення якості підготовки молодих журналістів в Україні» (м. Львів) [31] та у співавторстві командою ДонНУ імені Василя Стуса створено проєкт «Нікому ви не потрібні. Змиріться: як російська пропаганда використовує тему ізраїльсько-палестинського конфлікту, щоб дискредитувати Україну»;

З метою апробації висновків, зроблених на основі зібраного досліджуваного матеріалу пропагандистського контенту теоретично

обґрунтовано дослідження та опубліковано наукові статті/тези та презентовано на наукових конференціях.

Таблиця 1. Опис завдань та контент-план

Період	Опис завдань	Контент
вересень 2023 - жовтень 2023	Визначити тему, мету та завдання проекту. Проаналізувати стан сучасного медіапростору в умовах інформаційної війни та обрати спосіб реалізації проекту, окреслити його межі. Скласти попередній план роботи над проектом, відповідно до результатів проаналізованого медійного простору. Аналізувати медіапростір України та світових ЗМІ і визначити тематику майбутніх публікацій. Моніторити доступні в Україні ворожі публікації у світових і російських медіа з метою виявлення пропагандистських наративів та пошуку шляхів розвінчування неправдивої інформації / маніпуляцій. Долучитися до створення проекту-дослідження російської пропаганди «Нікому ви не потрібні. Змиріться: як російська пропаганда використовує тему ізраїльсько-палестинського конфлікту, щоб дискредитувати Україну». Взяти участь у семінарі «Журналістика даних для викладачів та студентів» у межах міжнародного	Проект (у співавторстві) команди ДонНУ імені Василя Стуса «Нікому ви не потрібні. Змиріться: як російська пропаганда використовує тему ізраїльсько-палестинського конфлікту, щоб дискредитувати Україну» [31]

	проєкту «Підвищення якості підготовки молодих журналістів в Україні», 27-29 жовтня, 2023, м. Львів	
жовтень 2023 - листопад 2024	Напрацьовувати базу матеріалів для подальшого регулярного публікування в Telegram-каналі «Підприцілом пропаганди». Збір матеріалів до наукового дослідження «Дефініції пропаганди та стратегічних комунікацій у контексті повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну: спільне і відмінне». Вивчення наукової літератури на цю тематику. Підготувати апробацію доповіді «Дефініції пропаганди та стратегічних комунікацій у контексті повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну: спільне і відмінне» на II Міжнародній науково-практичній конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень».	дослідження <i>«Дефініції пропаганди та стратегічних комунікацій у контексті повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну: спільне і відмінне»</i> [26].
грудень 2023 р. січень 2024 р.	Підготувати статтю «Що таке мова ворожнечі і як вона може впливати на людину?»; Опублікувати статтю на шпальтах інтернет-видання «Інтент»	<i>«Що таке мова ворожнечі і як вона може впливати на людину?»</i> [25]

	Моніторити доступні канали пропагандистів з метою збору матеріалів для написання статей про виявлення та розвінчування фейків. Опрацювання додаткових джерел для створення статті.	
лютий 2024 р. березень 2024 р.	Підготувати статтю «Маніпуляції росії. Чому люди вірять в пропаганду». Опублікувати статтю на шпальтах інтернет-видання «Інтент». Моніторити українські та закордонні медіа, аналізувати матеріали ютубканалів та блогерів.	<i>«Маніпуляції росії. Чому люди вірять в пропаганду?» [23]</i>
квітень 2024 р. травень 2024 р.	Моніторити українські та закордонні медіа, аналізувати матеріали ютубканалів та блогерів. Підготувати статтю «Чому культура визначає державність?». Опублікувати статтю на шпальтах інтернет-видання «Інтент».	<i>«Чому культура визначає державність?» [24].</i>
вересень 2024 р.	Відібрати та проаналізувати наукову літературу про вплив радянського кіно на свідомість глядачів. Створити власне бачення цієї проблеми. Скласти опитувальник до анкетування, щоб проілюструвати і підтвердити чи спростувати нашу гіпотезу. Відібрати аудиторію для опитування. Описати вік, соціальні та географічні	- <i>«Що таке мова пропаганди і як вона впливає на нас?»</i> , - <i>«Як розпізнати російські маніпуляції?»</i> , - <i>«А чи знали ви, що радянське кіно досі просуває російську мову та культуру в сучасній</i>

	маркери реципієнтів. Провести анкетування. Описати результати та скласти діаграми для ілюстрації тез. Створити Telegram-канал «Під прицілом пропаганди» для публікації матеріалів, відповідно до тематики проєкту. Розробити його унікальний дизайн. Публікувати дописи, які розвінчують фейки російської пропаганди.	<i>Україні? Навіть під час повномасштабного вторгнення»;</i>
жовтень 2024 р.	Написати наукову публікацію (тези) «Вплив радянського кіно на популяризацію російської культури та мови в Україні». Підготувати презентацію для виступу на науковій конференції. Написати 4-5 публікацій у Telegram-каналі.	<i>- «Вплив радянського кіно на популяризацію російської культури та мови в Україні»;</i> <i>- «Як позбутися російського контенту в стрічках Інстаграм та Фейсбук?»</i> <i>- «Росія та її попередні форми державності завжди вирізнялися пропагандою великих масштабів. Навіть попри те, що деякі такі приклади маніпуляції є чіткою нісенітницею, як от «українці їдять російських немовлят», більшість прихильників росії вірять</i>

		нав'язаній інформації. Але чому?» - «Як російська пропаганда використовує тему Ізраїльсько-Палестинського конфлікту, щоб дискредитувати Україну?»
листопад 2024 р.	01 листопада 2024 року. Участь у III Міжнародній науково-практичній конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень». Виступ та публікація тез. Написати 4 публікації у Telegram-каналі. Завершення оформлення остаточної версії медіапроєкту, коригування роботи, відповідно до рекомендацій наукового керівника.	- «Чому спілкуватися українською в Україні важливо?»; - «Як росіяни формують українофобію та стереотипи про українців за допомогою кіно?».

Аудиторія

Аудиторія Telegram-каналу «Під прицілом пропаганди» (<https://t.me/ppppropaganda>), спрямованого на висвітлення російської пропаганди та впливу її на розуміння навіколишньої дійсності, культури та історії, головним чином складається з громадян України, які прагнуть детально розібратися в механізмах маніпуляції свідомістю, навчитися виявляти неправдиву інформацію та глибше розуміти історичні, політичні й сучасні передумови пропагандистських стратегій Росії. Це люди, які бажають не лише споживати

інформацію, але й критично її оцінювати, розвиваючи навички аналізу та виявлення прихованих меседжів у медійному контенті.

Ця аудиторія охоплює тих, хто шукає способи підвищення своєї медіаграмотності та прагне краще орієнтуватися в сучасному інформаційному просторі. Вони прагнуть отримувати достовірні дані, розуміти, як інформаційна війна впливає на суспільство, і знаходити ефективні методи протистояння дезінформації. Особливо це стосується контексту триваючої російсько-української війни, де інформаційна безпека стала не менш важливою, ніж фізична оборона. Telegram-канал також є платформою для формування стійкого суспільства, здатного розрізняти маніпулятивні наративи та зберігати критичне мислення навіть під тиском масштабних пропагандистських кампаній.

Основну частину цієї аудиторії складають активні громадяни, зокрема молодь, віком від 20 до 40 років, яка активно споживає цифровий контент. Вони шукають надійні джерела, щоб краще розуміти, як формуються й поширюються маніпулятивні меседжі, як російська пропаганда впливає на свідомість, і як цьому протистояти. Особливий акцент у матеріалах робиться на практичних рекомендаціях щодо виявлення фейків, аналізу медіаконтенту й розвитку критичного мислення.

Канал слугує важливим ресурсом для всіх, хто прагне отримувати перевірені факти та роз'яснення про історичні та сучасні способи використання пропаганди як засобу впливу. Завдяки доступному, зрозумілому, але водночас науково обґрунтованому викладу, матеріали каналу сприяють підвищенню обізнаності широкого загалу. Цей підхід допомагає громадянам України розвивати навички аналізу інформації, критичне мислення та впевненість у протидії інформаційним атакам, що посилює їхню стійкість до маніпуляцій у складному цифровому світі.

У процесі впровадження медіапроєкту аудиторія стрімко зростала. Збільшувалися перегляди публікацій. Це свідчить про те, що основних цілей проєкту було досягнуто.

Очікувані результати та вплив проєкту

Як результат роботи ми очікували створення нами публікацій у соцмережах різних напрямків і тематики в межах нашого проєкту. Особливо цікавий цей контент як для самоосвіти молоді, що прагне розвивати власне критичне мислення, так і для старшого покоління. Тому матеріал наповнення каналу має містити такі змістові вектори:

1. Пропаганда в медійному просторі. Ці матеріали мають охоплювати низку акцентів, як от: історичний розвиток пропаганди та її вплив на суспільну думку; аналіз сучасних прикладів пропаганди; роль соціальних мереж у поширенні пропаганди; способи створення інформаційних кампаній із метою формування суспільних настроїв; етичні аспекти застосування пропаганди у суспільному житті.

2. Як визначити маніпуляції, щоб не потрапляти «на гачок» пропаганди: основні типи маніпулятивних прийомів у медіа (підміна понять, перекручування, нав'язування емоцій); практичні методики ідентифікації маніпулятивного контенту; критичне мислення як основний інструмент боротьби з маніпуляціями; вплив когнітивних упереджень на сприйняття інформації; рекомендації для формування стійкості до інформаційного впливу.

3. Приховані інструменти маніпуляцій в російському кіно та мультиплікації: аналіз ідеологічного контенту в сучасному російському та класичному (радянському) кінематографі; використання символіки, сюжетів та персонажів для просування певних ідеологічних наративів; роль дитячої мультиплікації у формуванні світогляду; приклади впливу пропаганди через популярні кіножанри: комедії, воєнне кіно, драми, історичні фільми; дослідження глядацької аудиторії як об'єкта маніпуляцій.

4. Перекручування та підміна інформації при перекладах та озвучці медійного контенту та в кінопрокаті: приклади свідомого спотворення змісту під час перекладу діалогів та сцен; аналіз політичної та культурної цензури при адаптації медіаконтенту; способи виявлення таких спотворень у кінофільмах та

серіалах; вплив перекладу на формування світогляду глядачів, міжнародні стандарти перекладу медійного контенту та їх дотримання.

Додаткові акценти: соціальні мережі як інструмент поширення дезінформації, психологічний вплив медійної пропаганди на різні вікові групи особливості сприйняття інформації дітьми, підлітками та дорослими.

Такий підхід дозволить охопити тему пропаганди комплексно, звернувши увагу на її різноманітні аспекти.

Цей проєкт буде корисним в освітній сфері, адже молодь прагне розвивати критичне мислення, а відтак має навчитися розпізнавати неправдиву інформацію, маніпуляції свідомістю чи відверту пропаганду.

Опис медіаринку

Сучасний медіаринок є надзвичайно складним середовищем, де роль пропаганди стала особливо помітною через розвиток цифрових технологій, соціальних мереж та глобалізованого доступу до інформації. Пропаганда використовується державними та недержавними акторами для впливу на громадську думку, формування ідеологій або маніпуляції фактами. Розуміння пропаганди є надзвичайно важливим у наш час, коли інформаційний простір переповнений різноманітними повідомленнями. Ось декілька джерел, які активно просувають цю тему:

Детектор медіа. Один із найвідоміших українських медіа-дослідницьких центрів, що регулярно публікує матеріали про маніпуляції, дезінформацію та пропаганду [15].

Маючи багаторічний досвід роботи, команда Детектор медіа накопичила значний обсяг знань та експертизи в галузі медіадосліджень, фактчекінгу та аналізу дезінформації. Центр здійснює регулярний моніторинг українського та міжнародного медіапростору, що дозволяє оперативно виявляти нові тенденції та маніпулятивні наративи, активно співпрацює з іншими українськими та міжнародними організаціями, що працюють у сфері протидії дезінформації, що посилює їхній вплив. Центр дотримується принципів прозорості та відкритості,

надаючи доступ до своїх досліджень та даних, активно комунікує з громадськістю, журналістами та політиками, підвищуючи рівень медіаграмотності населення.

Але, як і більшість громадських організацій, Детектор медіа стикається з обмеженими фінансовими та людськими ресурсами, що може впливати на масштабність їхніх досліджень. Сучасні технології дозволяють створювати все більш реалістичні фейки, які важко відрізнити від правдивої інформації, і це вимагає від організації постійного оновлення своїх методів аналізу. Зростання обсягів дезінформації ускладнює оперативне реагування на всі випадки маніпуляцій. Утруднює роботу й те, що фінансування діяльності центру часто залежить від зовнішніх донорів, що може впливати на напрямки досліджень та незалежність організації.

Незважаючи на певні обмеження, організація має значний потенціал для подальшого розвитку. Завдяки своїй експертизі та активній діяльності, Детектор медіа сприяє підвищенню медіаграмотності населення та зміцненню інформаційної безпеки країни.

Відмінність нашого проєкту полягає в тому, що, крім розвінчування міфів, він вчить вирізняти пропаганду, маніпуляції і мову ворожнечі не лише у медійному просторі, а й у повсякденному житті, у сучасному мистецтві та у радянській культурній спадщині.

StopFake. Український фактчекерський проєкт, який спеціалізується на розвінчуванні фейків та маніпуляцій [5]. Основними напрямками роботи StopFake є: фактчекінг, розвінчування фейків: моніторинг інформаційного простору, співпраця з міжнародними організаціями (StopFake співпрацює з міжнародними фактчекінговими мережами та платформами соціальних медіа для боротьби з дезінформацією на глобальному рівні), просвіта (проєкт проводить тренінги та семінари для журналістів, громадських активістів та широкої аудиторії з метою підвищення медіаграмотності та здатності розпізнавати фейки), аналіз інформаційних атак (StopFake аналізує інформаційні атаки, спрямовані на Україну та інші країни, виявляючи їхні цілі та методи).

Маючи багаторічний досвід роботи, команда StopFake накопичила значний обсяг знань та експертизи в галузі фактчекінгу та аналізу дезінформації. StopFake став одним з найвідоміших українських брендів у сфері медіаграмотності, що дозволяє їм ефективніше доносити свою інформацію до широкої аудиторії. Проєкт отримав визнання на міжнародному рівні, що свідчить про високу якість його роботи, адже використовує різноманітні інструменти для боротьби з фейками, включаючи сайт для перевірки фактів, соціальні мережі, публікації в ЗМІ та освітні програми. Слід зауважити, що проєкт активно комунікує з громадськістю, журналістами та політиками, підвищуючи рівень медіаграмотності населення.

Але, як і більшість волонтерських проєктів, StopFake стикається з обмеженими фінансовими та людськими ресурсами, що може впливати на масштабність їхніх досліджень. Сучасні технології дозволяють створювати все більш реалістичні фейки, які важко відрізнити від правдивої інформації, що вимагає від організації постійного оновлення своїх методів аналізу. Зростають і обсяги дезінформації, що безумовно ускладнює оперативне реагування на всі випадки маніпуляцій, адже значна частина роботи проєкту виконується волонтерами, що може впливати на стабільність і передбачуваність роботи.

Проте **StopFake** обмежується аналізом лише політичних та воєнних маніпуляцій, а наш проєкт вчить креативно мислити і вбачати пропаганду в усіх сферах соціального і культурного життя, в усьому контенті, що споживається людиною [5].

Радіо Свобода [36]. Це один із найстаріших і найавторитетніших засобів масової інформації, що працює в Україні. Його місія – забезпечення об'єктивної та достовірної інформації для українського суспільства та займається перевіркою фактів і спростуванням фейкових новин. Має розділ, присвячений перевірці фактів та боротьбі з дезінформацією. Проте не акцентує уваги на пропаганді та маніпуляціях. Тому на фоні контенту Радіо Свобода наш проєкт принципово новий.

Hromadske також регулярно висвітлює питання пропаганди та маніпуляцій [2]. Це українське незалежне медіа, яке відоме своїм якісним контентом та об'єктивним висвітленням подій. Канал охоплює широкий спектр тем, у тому числі спростовує неправдиву інформацію та протидіє пропаганді. На відміну від інших медіа Громадське не залежить від політичних партій чи олігархів, що дозволяє зберігати об'єктивність, ставить акцент на високу якість контенту, як з точки зору журналістики, так і з точки зору подачі інформації, активно використовує нові технології та формати для створення контенту.

Схожість з нашим проєктом полягає в тому, що Hromadske активно залучає молоду аудиторію, використовуючи сучасні формати та канали комунікації, включаючи відео, аудіо, текстові матеріали, що дозволяє доносити інформацію до різної аудиторії та ефективніше залучати її до дискусії. Це сприяє ефективному протистоянню російській пропаганді, яка також активно орієнтована на молодь. Але наш проєкт на відміну від Hromadske вчить не лише виявляти відверті викривлення інформації, а й дивитися критично фільми, оцінювати прихований зміст і натяки у комедіях та мультфільмах, переносити ці знання на розуміння інших видів мистецтва та сфер суспільного життя.

Більшість згаданих вище проєктів мають свої канали на YouTube, де вони публікують відео з роз'ясненнями та аналізом поширених міфів.

Пропаганду висвітлюють та спростовують українські блогери та журналісти, які спеціалізуються на медіаграмотності, роз'яснюють, як розпізнавати маніпуляції та дезінформацію:

Анатолій Бондаренко – журналіст і редактор «Texty.org.ua», активно аналізує фейки, пропаганду та маніпуляції. Канал містить інтерв'ю та пояснення механізмів дезінформації.

Юрій Романенко – співзасновник каналу «Український інститут майбутнього», який торкається теми маніпуляцій у ЗМІ та критичного мислення.

На відміну від цих каналів наш проєкт не обмежується лише очевидною пропагандою, а акцентує на прихованому, вчить виявляти маніпуляції, щоби не потрапити під її вплив.

Тож, у чому унікальність нашого медіапроєкту? Наш проєкт вчить аудиторію каналу вдумливо споживати не лише новини, а й вирізняти пропаганду і маніпуляції в інших сферах соціальної діяльності людини в минулому (із перекручуванням і переписуванням історії) та сучасному, зокрема: в соціальних мережах, продуктах культури й мистецтва. Для відстеження результативності нашого медіапроєкту серед читачів каналу було проведено опитування, в якому більше 90% реципієнтів підтвердили, що саме наш проєкт їх навчив критично споживати інформацію.

Розглянемо детальніше на прикладах конкретних українських медійних ресурсів:

Детектор медіа [15] – регулярно публікує матеріали про маніпуляції, дезінформацію та пропаганду. Але наш проєкт, крім розвінчування міфів, вчить вирізняти пропаганду, маніпуляції і мову ворожнечі не лише у медійному просторі, а й у повсякденному житті, у сучасному мистецтві та у радянській культурній спадщині.

StopFake [5] – український фактчекерський проєкт, який спеціалізується на розвінчуванні фейків та маніпуляцій, хоч і проводить тренінги та семінари для журналістів, громадських активістів та широкої аудиторії з метою підвищення медіаграмотності та здатності розпізнавати фейки, проте обмежується лише політичними та воєнними маніпуляціями, а наш проєкт вчить креативно мислити і вбачати пропаганду в усіх сферах соціального і культурного життя, в усьому контенті, що споживається людиною.

Тож, кінцевої мети досягнуто: читачі нашого каналу будуть вдумливо сприймати не лише політичні новини, а й кіно, музичний контент, історію, публікації в соцмережах та розповіді знайомих. Адже унікальність нашого медіапроєкту полягає у виконанні саме комплексної просвітницької діяльності, яка спрямована на всебічне розкриття феномену пропаганди в його багатогранності та складності і метою проєкту є не лише ознайомлення аудиторії з основними принципами й методами пропагандистського впливу, але й надання інструментів для їх ідентифікації та аналізу. Унікальність ініціативи

підкреслюється акцентом на інтеграцію аналізу сучасних проявів пропаганди та ґрунтовному дослідженні історичних фактів і подій, які дозволяють відстежити динаміку розвитку цього явища в різних соціально-культурних контекстах.

Такий міждисциплінарний підхід об'єднує методи історичного, соціологічного, психологічного й медіааналізу, забезпечує поглиблене розуміння природи пропаганди, її еволюції та механізмів впливу на суспільну свідомість. Застосування комплексного аналізу сприяє розкриттю латентних аспектів пропагандистських технологій, дозволяючи виявляти неочевидні шляхи їх реалізації в сучасних інформаційних потоках.

І, нарешті, основною перевагою проєкту є його освітня складова, орієнтована на розвиток критичного мислення різних категорій аудиторії. Завдяки інформуванню про принципи функціонування пропаганди й демонстрації прикладів її використання, читачі отримують змогу усвідомлено аналізувати інформацію, критично ставитися до її джерел і змісту, а також протистояти маніпулятивним впливам. У результаті проєкт сприяє формуванню інформаційної культури, що є важливим компонентом побудови стійкого до маніпуляцій суспільства.

Отже, наш медіапроєкт виступає як інноваційна платформа для вивчення й поширення знань про пропаганду, об'єднуючи в собі науковий аналіз, практичну реалізацію та просвітницьку діяльність. Він робить вагомий внесок у розвиток суспільної обізнаності та підвищення стійкості до сучасних інформаційних викликів.

Звіт за результатами втілення проєкту

У процесі створення медіапроєкту було здійснено дослідження сучасних інформаційних ресурсів з метою формування комплексного та актуального бачення обраної тематики. Для цього було проведено систематичний огляд наукової літератури, включаючи статті в провідних українських та міжнародних наукових журналах, збірники матеріалів наукових конференцій, монографії та підручники визнаних фахівців. Особлива увага приділялася дослідженням, які

безпосередньо стосувалися обраної тематики та використовували сучасні методології аналізу.

Паралельно з науковими дослідженнями проводився моніторинг українських та світових засобів масової інформації. Були проаналізовані інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні матеріали, що дозволило виявити актуальні тренди, дискусійні питання та різноманітні підходи до висвітлення обраної проблематики в медіапросторі. Крім того, було проведено аналіз блогів, соціальних мереж та інших онлайн-платформ, що дозволило виявити думки експертів, громадських діячів та широкого кола користувачів щодо досліджуваної теми.

Результати проведеного дослідження стали основою для формування концепції медіапроєкту, визначення його структури, змісту та формату подання матеріалів. На основі отриманих даних було розроблено серію аналітичних та науково-популярних матеріалів, які відповідають сучасним вимогам до наукової комунікації та є цікавими для широкого кола читачів.

В рамках проєкту було досліджено декілька напрямків діяльності пропагандистів та апробовано на семінарах і наукових конференціях.

Матеріали досліджень апробовано на II Всеукраїнській науково-практичній конференції для молодих учених «Українські та світові медіа під час повномасштабного вторгнення РФ: нові вимоги та виклики» 19 квітня 2024 р. із доповіддю «Викривлення історичних фактів як засіб російської пропаганди. Тези доповіді опубліковано у збірнику матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції для молодих учених [28].

У співавторстві командою ДонНУ імені Василя Стуса створено проєкт-дослідження російської пропаганди «Нікому ви не потрібні. Змиріться: як російська пропаганда використовує тему ізраїльсько-палестинського конфлікту, щоб дискредитувати Україну».

З метою апробації зібраних і досліджених матеріалів взяла участь у II Міжнародній науково-практичній конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» із презентацією дослідження «Дефініції

пропаганди та стратегічних комунікацій у контексті повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну: спільне і відмінне». Результати дослідження висвітлено у збірнику матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» [26, с. 259].

Складено опитувальник, проведено анкетування, описано та оприлюднено на III Міжнародній науково-практичній конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» результати дослідження «Вплив радянського кіно на популяризацію російської культури та мови в Україні» [27].

Ретельно дослідивши зібраний матеріал, апробувавши наші дослідження на наукових конференціях і семінарах, ми почали працювати над втіленням проєкту.

Однією з ключових труднощів під час роботи над проєктом було використання соціальних мереж для поширення матеріалів про пропаганду. Спочатку було вирішено використовувати TikTok як платформу для цього медіапроєкту, але через політичний характер контенту, наші публікації неодноразово видалялися у зв'язку з порушенням правил цієї соцмережі. Це змусило нас перенести проєкт у Telegram, що вимагало додаткового часу і ресурсів. Також під час реалізації проєкту зіткнулися з проблемами під час спроби створити відеоконтент за допомогою програм штучного інтелекту «Captions» і «HeyGen». Як і у випадку з TikTok, ці інструменти відмовлялися підтримувати політичний контент, що також вплинуло на темпи реалізації проєкту.

З метою успішного впровадження проєкту опубліковано чотири публікації в розділі «Блоги» на платформі «Інтент» та низка публікацій в Telegram-каналі «Під прицілом пропаганди». Усі публікації відповідають заявленій у проєкті темі та спрямовані на досягнення поставлених цілей, а саме: ведеться просвітницька діяльність в розвінчуванні пропагандистських наративів ворожої країни у інформаційній війні під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну як протидія маніпуляціям.

Кожна публікація реалізує окреслені нами завдання: виявляти прояви пропагандистських маніпуляцій; досліджувати методи протидії пропаганді; роз'яснювати широкому колу читачів способи виявлення пропаганди та неправдивої інформації.

Задля упізнаваності каналу було розроблено унікальний дизайн каналу та його візуальне наповнення (логотип, брендбук, оригінальні і стильні ілюстрації до публікацій). Важливо зазначити, що за місяць існування канал вже мав більше 100 підписників. Також із кожним наступним постом збільшується кількість переглядів попередніх публікацій і зростає кількість підписників.

Перелік публікацій на шпальтах «Інтент»:

1. Мельник М. Маніпуляції Росії. Чому люди вірять в пропаганду. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/manipulyaciyi-rosiyyi-chomu-lyudi-viryat-v-propagandu/> (дата звернення: 23.03.2024).
2. Мельник М. Пропаганда в кіно: як росіяни формують українофобію та стереотипи про українців. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/manipulyaciyi-rosiyyi-chomu-lyudi-viryat-v-propagandu/> (дата звернення: 20.11.2024).
3. Мельник М. Чому культура визначає державність. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/chomu-kultura-viznachaye-derzhavnist/> (дата звернення: 12.11.2024).
4. Мельник М. Що таке мова ворожнечі. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/sho-take-mova-vorozhnechi-i-yak-vona-mozhe-vplivati-na-lyudinu/> (дата звернення: 23.11.2024).

У Telegram-каналі «Під прицілом пропаганди» було опубліковано низку дописів:

«Що таке мова ворожнечі і як вона може впливати на нас?» (<https://t.me/ppppropaganda/9>)

«Як розпізнати російські маніпуляції?» (URL: <https://t.me/ppppropaganda/10>)

«А чи знали ви, що радянське кіно досі просуває російську мову та культуру в сучасній Україні, навіть під час повномасштабного вторгнення?» (URL: <https://t.me/pppropaganda/21>)

«Як позбутися російського контенту в стрічках Інстаграм і Фейсбук?» (URL: <https://t.me/pppropaganda/22>)

«Росія та її попередні форми державності завжди вирізнялися пропагандою великих масштабів. Навіть попри те, що деякі такі маніпуляції є чітко нісенітницею, як-от «українці їдять російських немовлят», більшість прихильників росії вірять нав'язаній інформації. Але чому?» (URL: <https://t.me/pppropaganda/30>)

«Про Україну забули» наратив від російських пропагандистів» (URL: <https://t.me/pppropaganda/32>)

«Чому спілкуватися українською в Україні важливо?» (URL: <https://t.me/pppropaganda/36>)

«Як росіяни формують українофобію та стереотипи про українців» (URL: <https://t.me/pppropaganda/40>)

Глосарій

Пропаганда (від латинського «proago» — поширюю) — це діяльність, спрямована на поширення ідей, поглядів чи цінностей з метою формування певних переконань у свідомості широких мас населення та стимулювання їхньої активної участі у запропонованих діях. Пропаганда охоплює широкий спектр сфер, таких як політика, філософія, наука, мистецтво, релігія, і навіть побутові звички [42]. Її основна мета — вплив на суспільну думку, формування бажаного ставлення або поведінки у людей, що відповідає інтересам організаторів. Для цього використовуються різноманітні засоби впливу: слова (усна чи письмова мова), символи, візуальні образи, музика, обряди, архітектура, мода, жестикуляція. Наведемо приклади.

1. Символи — національні прапори, герби, монументи чи статуї, які викликають патріотичні або ідеологічні почуття.

2. Звукові сигнали — гімни чи пісні, що пробуджують певний настрій або ідеологічну єдність.

3. Медіа — газети, радіо, телебачення, соціальні мережі, де інформація подається так, щоб створювати вигідний образ чи позицію.

4. Мистецтво та культура — кінофільми, театральні постановки, художні твори, які пропагують певні ідеї.

5. Одяг та зовнішність — наприклад, уніформа або спеціальні знаки розрізнення, які підкреслюють ідеологічну приналежність.

Пропаганда часто базується на маніпуляціях свідомістю через акценти на емоціях, страхах, надіях або соціальних цінностях. Вона може бути відвертою, наприклад, у випадку політичної агітації, або прихованою — коли ідеї впроваджуються через мистецтво чи масову культуру.

Як приклад, у XX столітті держави активно використовували пропаганду для досягнення своїх цілей. У часи Другої світової війни це були плакати, фільми й радіопередачі, що закликали до підтримки армії чи бойкотування ворогів. Сучасна пропаганда, зокрема в цифрову епоху, часто поширюється через соціальні мережі та інтернет, використовуючи алгоритми для максимального охоплення потрібної аудиторії.

Тож, пропаганда — це потужний інструмент впливу на масову свідомість, який залежно від мети може бути використаний як на благо суспільства (наприклад, у просвітницьких кампаніях), так і в деструктивних цілях (наприклад, для розпалювання ненависті чи дезінформації) [42].

Пропагандист — людина, яка займається поширенням пропаганди [42].

Пропагандистський прийом — спосіб подачі інформації, який використовується для досягнення пропагандистських цілей (наприклад, повторення, емоційні апеляції, узагальнення, спрощення) [42].

Пропагандистська машина — система засобів масової інформації, політичних партій та інших інститутів, які беруть участь у поширенні пропаганди [42].

Пропагандистська війна – використання пропаганди як зброї для досягнення політичних цілей [42].

Фактчекінг – проєкт, який ретельно перевіряє інформацію, що поширюється в медіа, соціальних мережах та інших джерелах [43].

Маніпуляція — це психологічний вплив, який приховано спрямований на формування поведінки чи поглядів без усвідомленої згоди суб'єкта. У пропаганді вона застосовується для зміщення акцентів, створення вигідного образу чи дискредитації опонентів. Використовуючи емоції, наприклад, страх чи надію, маніпуляція сприяє некритичному сприйняттю інформації. Основними засобами є підбір слів, візуальні символи, повторювані наративи та ігнорування альтернативних точок зору. Такий підхід забезпечує досягнення цілей пропагандиста, часто обходячи раціональне мислення аудиторії [23].

Ось кілька прикладів маніпуляції, які часто використовуються в пропаганді:

1. Апеляція до страху. Поширення образів чи повідомлень, які викликають страх перед уявною загрозою. Наприклад, пропагандистські кампанії під час холодної війни використовували загрозу ядерної атаки для мобілізації населення. Сьогодні російська пропаганда неодноразово погрожувала ядерною зброєю усьому світові.

2. Демонізація опонента. Створення негативного образу ворога через перебільшення його недоліків або вигадані звинувачення. Наприклад, використання образу «ворога народу» у тоталітарних державах, або образу «іноагента» в сучасній Росії.

3. Однобічність подання інформації. Ігнорування альтернативних точок зору. Наприклад, у новинах висвітлюється лише успішна діяльність влади, а критика замовчується.

4. Повторення меседжу. Постійне повторення одного й того самого повідомлення. Наприклад, реклама, яка багаторазово наголошує, що «тільки цей продукт – найкращий».

5. Апеляція до авторитету. Посилання на «експертів» або відомих осіб для підтвердження своїх ідей. Наприклад, заяви про те, що визнані науковці підтримують певну політику, навіть якщо це не підтверджено.

Такі прийоми спрямовані на вплив емоцій, а не логіки, що робить людей вразливішими до маніпуляцій [23].

Дезінформація – свідомо неправдива інформація, поширювана з метою ввести в оману. Дезінформація – це навмисне поширення хибної або спотвореної інформації з метою маніпуляції суспільною думкою, впливу на політичні або економічні процеси. Прикладом є фейкові новини, які можуть змінювати виборчі результати чи підривати довіру до державних установ. Під час інформаційної війни дезінформація стає інструментом стратегічного впливу, використовуваним для підриву морального стану населення, дискредитації ворога та маніпулювання громадською думкою. Прикладами є фейкові новини, що стосуються військових операцій, або перекручування фактів для створення паніки серед населення. Такі практики широко застосовуються в конфліктах, де інформація стає не менш важливою, ніж зброя [26].

Мислення – це складний когнітивний процес, який полягає у формуванні, опрацюванні та використанні ідей, понять і уявлень для розв'язання проблем, прийняття рішень, аналізу ситуацій тощо [42].

Стереотип – узагальнене, спрощене уявлення про якусь групу людей, подію або явище [42].

Упередження – схильність до певної думки або судження, що заважає об'єктивному сприйняттю інформації [42].

Агітація – активна діяльність, спрямована на залучення людей до якоїсь ідеї або справи [42].

Цільова аудиторія – група людей, на яку спрямована пропаганда [42].

Ідеологія – система поглядів, що визначає світогляд і поведінку людей [42].

Наратив – історія, яка використовується для пояснення складних явищ або подій [26].

Гасло – короткий вислів, що добре запам'ятовується і який виражає основну ідею пропаганди [42].

Символ – образ або предмет, який має символічне значення і використовується для передачі певних ідей [42].

Денацифікація – один із ключових пропагандистських термінів, який використовувався як виправдання для вторгнення в Україну. Російська пропаганда стверджує, що нібито бореться з «нацизмом» в Україні, маніпулюючи історичними травмами [6].

«Братні народи» – термін, який підкреслює наратив про історичну «єдність» росіян, українців та білорусів, щоб виправдати втручання у внутрішні справи сусідніх країн та заперечувати їхню незалежність [47].

«Русский мир» – ідеологічна концепція, що просувається Росією, спрямована на обґрунтування її культурного, політичного та військового впливу на пострадянські країни. Включає ідеї про «захист російськомовних» за кордоном [47].

«Захист російськомовних» – виправдання агресії Росії під приводом «дискримінації» російськомовних громадян у сусідніх країнах. Часто використовується для ескалації конфліктів [47].

«Фейкові новини» / «Фейки про Росію» – Росія часто використовує термін «фейк» для дискредитації правдивої інформації, поширеної західними ЗМІ чи незалежними журналістами, навіть якщо ці дані підтверджені [43].

«Дружня багатополарність» – термін, який виправдовує відмову Росії від співпраці із Заходом і позиціонує її як країну, яка прагне створення світу з багатьма «центрами сили», водночас ігноруючи норми міжнародного права [17].

«Зовнішнє управління» – використовується для опису урядів країн, які прагнуть інтеграції з ЄС чи НАТО. Російська пропаганда стверджує, що ці країни не є незалежними, а керуються із Заходу [17].

«Колективний Захід» – пропагандистська конструкція, яка об'єднує США, ЄС і союзників як єдиного «ворога», що протидіє Росії. Часто використовується для пояснення економічних санкцій чи військових невдач [17].

«Санкції – це нова зброя Заходу» – пропагандистський наратив, який подає санкції проти Росії як необґрунтовану «війну» Заходу, замість визнання їх відповіддю на російську агресію [43].

«СВО» (Специальная военная операция) – ефемізм, що замінює термін «війна» для виправдання вторгнення в Україну та мінімізації його масштабів у сприйнятті російської аудиторії [46].

«Цифровий суверенітет» – використовується для обґрунтування контролю над інтернетом, обмеження доступу до незалежних платформ і створення ізольованої цифрової екосистеми [9].

«Відміна Росії» («Cancel Russia») – пропагандистський термін, що зображує санкції та бойкот російської культури як «несправедливу дискримінацію» [46].

«Іноземні агенти» – термін, який використовується для дискредитації опозиційних активістів, журналістів і організацій, що отримують підтримку або фінансування з-за кордону [29].

«Традиційні цінності» – концепт, що протиставляє «моральність» Росії та «загнивання Заходу». Використовується для обґрунтування репресивної політики та поширення антизахідних настроїв [43].

«Захист від НАТО» – аргумент, який виправдовує агресію Росії проти України, Грузії та інших країн, нібито через «загрозу розширення НАТО» [43].

Ці терміни відображають сучасну пропагандистську риторику Росії, спрямовану на внутрішню та зовнішню аудиторії. Їх часто застосовують у дезінформаційних кампаніях для формування спотвореного сприйняття реальності.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

У процесі створення медіапроєкту було проведено всебічне дослідження сучасних інформаційних ресурсів для формування актуального та комплексного бачення обраної тематики. Для цього виконано огляд наукових джерел, серед яких статті в українських і міжнародних наукових журналах, матеріали наукових конференцій, монографії та підручники провідних фахівців. Основна увага приділялася дослідженням, які безпосередньо стосувалися теми та використовували сучасні методи аналізу.

Паралельно аналізувалися матеріали українських і міжнародних медіа: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні публікації, що дало змогу визначити тренди, проблемні аспекти та різні підходи до висвітлення теми. Окрім того, розглядалися блоги, соціальні мережі й онлайн-платформи для вивчення думок експертів, громадських діячів і користувачів.

Результати дослідження стали основою концепції проєкту, визначення його структури, змісту та формату матеріалів. Було створено серію аналітичних і науково-популярних публікацій, адаптованих до сучасних вимог наукової комунікації.

Матеріали проєкту презентовані на наукових конференціях, серед яких:

- II Всеукраїнська науково-практична конференція для молодих учених (19 квітня 2024 р.) з доповіддю про викривлення історичних фактів російською пропагандою.
- II Міжнародна науково-практична конференція «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» із дослідженням термінів пропаганди та стратегічних комунікацій.
- III Міжнародна конференція з аналізом впливу радянського кіно на популяризацію російської культури в Україні.

Результати апробації опубліковані в збірниках конференцій.

Під час втілення проєкту виникли труднощі із розміщенням контенту в TikTok та використанням інструментів III для створення відео через політичний

характер матеріалів. Це змусило перенести проєкт у Telegram, що потребувало додаткових ресурсів. В результаті було опубліковано:

З метою успішного впровадження проєкту опубліковано чотири публікації в розділі «Блоги» на платформі «Інтент». Кількість переглядів на платформі «Інтент» досягла від 15 236 до 16 731 переглядів. Також було створено в рамках проєкту унікальний Telegram-канал «Під прицілом пропаганди». Задля упізнаваності каналу було розроблено унікальний дизайн каналу та його візуальне наповнення (логотип, брендбук, оригінальні і стильні ілюстрації до публікацій). Важливо зазначити, що за місяць існування канал вже мав більше 100 підписників. Також із кожним наступним постом збільшується кількість переглядів попередніх публікацій і зростає кількість підписників.

Усі публікації відповідають заявленій у проєкті темі та спрямовані на досягнення поставлених цілей, а саме: ведеться просвітницька діяльність в розвінчуванні пропагандистських наративів ворожої країни як протидія маніпуляціям.

Кожна публікація реалізує окреслені нами завдання: виявляти прояви пропагандистських маніпуляцій; досліджувати методи протидії пропаганді; роз'яснювати широкому колу читачів способи виявлення пропаганди та неправдивої інформації.

Підсумувавши вищезазначене, хочу підкреслити, що ми досягли запланованих результатів. З кожною новою публікацією зростала кількість переглядів і підписників, що свідчить про ефективність проєкту у досягненні цілей.

Для подальшого розвитку проєкту можна виділити кілька стратегічних напрямків, що дозволять посилити його вплив, охопити ширшу аудиторію та забезпечити стійкість у досягненні цілей.

1. Розширення тематичного спектра.

- Дослідження нових аспектів пропаганди, таких як використання дезінформації у кіберпросторі, маніпуляції у візуальних медіа (фотографії, відео), а також аналіз впливу на молодіжну аудиторію.

- Фокус на глобальні тренди пропаганди, зокрема на використання ШІ у створенні дезінформаційного контенту.

- Інтеграція кейсів з інших регіонів світу для порівняння методів і засобів пропаганди.

2. Залучення нових форматів контенту.

- Подкасти: Створення серії розмов з експертами, журналістами, філологами, істориками та медіааналітиками про актуальні питання пропаганди.

- Відеоконтент: Виробництво коротких документальних відео або серій освітніх роликів для соціальних мереж.

- Інтерактивний контент: Впровадження інтерактивних тестів, квестів та вікторин, спрямованих на розпізнавання маніпуляцій у ЗМІ.

3. Інтеграція в освітні програми

- Розробка навчальних курсів для студентів журналістики, політології, соціології чи культурології.

- Проведення тренінгів та воркшопів для шкіл і громадських організацій щодо виявлення фейків та пропагандистських методів.

Реалізація цих напрямків дозволить проєкту не лише залишатися актуальним у боротьбі з пропагандою, але й зміцнити його позиції як провідного інформаційно-освітнього ресурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. FactCheck.org URL: <https://www.factcheck.org/> (дата звернення: 05.04.2024)
2. hromadske. URL: <https://hromadske.ua/ru> (дата звернення: 20.11.2024).
3. Kahanov Y. «Ostankino syringe» and a Ukrainian viewer: the influence of TV on shaping a «homo Sovieticus». Scholarly Works of the Faculty of History, Zaporizhzhia National University. 2018. Vol. 50. P. 185–196. URL: <https://doi.org/10.26661/swfh-2018-50-017> (date of access: 27.09.2024).
4. Snopes.com. URL: <https://www.snopes.com/> (дата звернення: 05.04.2024)
5. StopFake.org. URL: <https://www.stopfake.org/uk/> (дата звернення: 28.03.2024)
6. В'ятрович В. Денацифікація росії. *Укрінформ*. 20.07.2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3532905-denacifikacia-rosii.html> (дата звернення: 09.11.2024).
7. Галімов А. Ось чому в Росії історію пишуть спецслужби. Реальні історії. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FwBfPT9ul1M> (дата звернення: 18.03.2024)
8. Головатий М. Ф., Антонюк О. В. Політологічний словник. Київ : МАУП, 2005. 792 с.
9. Гурківська А. Концептуалізація поняття «політична пропаганда». Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2021. Випуск 35, с. 150-160.
10. Горбань Ю. О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2015. № 1. С. 136-141. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2015_1_21. (дата звернення 10.11.2023)
11. Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде Д. В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання. Київ: Інтертехнологія, 2009. 164 с.

12. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. URL: <http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/115905> (дата звернення: 05.04. 2023)
13. Данько-Сліпцова А. А. Нові медіа: історія, типологія. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. 2014. № 1-2. С. 80.
14. Дашкевич Я. Як Московія привласнила назву Київської Русі. URL: <https://universum.lviv.ua/journal/2011/6/dashk.htm> (дата звернення: 05.04.2024)
15. Детектор медіа. URL: <https://detector.media> (дата звернення 10.11.2024)
16. До історії указу 1876 року про заборону українського письменства. *Україна: науковий та літературно-публіцистичний щомісячний журнал*. К., 1907. Т. II. № 5. С. 135-151. URL: <http://litopys.org.ua/rizne/ukr09.htm> (дата звернення: 09.04.2024)
17. Ільницький В., Старка В., Гаїв М. Російська пропаганда як елемент підготовки до збройної агресії проти України. *Український історичний журнал*. 2022. № 5. С. 43–55.
18. Каганов Ю.О. Кіно та програмування архетипів «радянської людини» (1953 – 1991): українська версія. *Scholarly Works of the Faculty of History, Zaporizhzhia National University*. 2019. Vol. 52 Part 2. <file:///C:/Users/Marina/Downloads/241-Article%20Text-303-1-10-20200121.pdf>
19. Конституція України. URL: <https://www.president.gov.ua/ua/documents/-constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-i> (дата звернення: 19.03.2024)
20. Коруц У. Інформаційна війна як інструмент пропаганди війни: правові підстави протидії. *Підприємництво, господарство і право. Міжнародне право*. 2020. № 8. С. 334–339.
21. Костенко І., Халупа І. Як Московія стала Росією? До 300-ліття викрадення назви українського народу. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/-a/ukrayina-rus-i-moskoviya/31521000.html> (дата звернення: 01.04.2024)

22. Красноступ Г. М. Основні напрями правового забезпечення державної інформаційної політики. *Бюлетень Міністерства юстиції України*. 2010. № 10. С. 79-85. URL.: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmju_2010_10_12 (дата звернення: 06.04.2023).
23. Мельник М. Маніпуляції Росії. Чому люди вірять в пропаганду. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/manipulyaciyi-rosiyi-chomu-lyudi-viryat-v-propagandu/> (дата звернення: 23.03.2024).
24. Мельник М. Чому культура визначає державність. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/chomu-kultura-viznachaye-derzhavnist/> (дата звернення: 12.11.2024).
25. Мельник М. Що таке мова ворожнечі. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/sho-take-mova-vorozhnechi-i-yak-vona-mozhe-vplivati-na-lyudinu/> (дата звернення: 23.11.2024).
26. Мельник М.О., Мельник О.А, Стеблина Н.О. Дефініції пропаганди та стратегічних комунікацій у контексті повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну: спільне і відмінне. *Зб. матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень», 24 листопада 2023 р.* Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2023. С. 259.
27. Мельник М.О., Мельник О.А., Стеблина Н.О. Вплив радянського кіно на популяризацію російської культури та мови в Україні. *Зб. матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*. 1 листопада 2024 р., Вінниця. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2024.
28. Мельник М. Викривлення історичних фактів як засіб російської пропаганди. *Українські та світові медіа під час повномасштабного вторгнення РФ: нові вимоги та виклики*: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції для молодих учених (м. Вінниця, 19 квітня 2024 р.). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2024. С. 16-19.

29. Мельник М. Пропаганда в кіно: як росіяни формують українофобію та стереотипи про українців. *Інтент*. URL: <https://intent.press/blog/2024/propaganda-v-kino-yak-rosiyani-formuyut-ukrayinofobiya-ta-stereotipi-pro-ukrayinciv/> (дата звернення: 20.11.2024).
30. Наумова М.Ю. Нові медіа та традиційні ЗМІ: моделі співіснування. URL: https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/actprob-13_86.pdf (дата звернення: 06.04.2023)
31. Нікому ви не потрібні. Змиріться: Як російська пропаганда використовує тему ізраїльсько-палестинського конфлікту, щоб дискредитувати Україну. ДонНУ імені Василя Стуса. URL: <http://surl.li/xagfka> (дата звернення 29.10.2023).
32. Пасічний Р. Вплив сучасної російської пропаганди на країни Європи. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2021. Вип. 2. С. 70–75.
33. Піддубний О. Що таке нові медіа? URL: <https://www.piddubny.com/scho-take-novi-media/> (дата звернення: 05.04.2023)
34. Порошенко П.О. Указ Президента України №555/2015 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України». *Президент України. Офіційне інтернет-представництво*. 2015. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>. (дата звернення 09.11.2023 р.)
35. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2015. 498 с.
36. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/> (дата звернення: 14.11.2024).
37. Салогубова О. Є. Мова в світоглядних орієнтаціях українців. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2009. Т. 1, вип. 38. URL: https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/VISNIK_38_5.pdf (дата звернення: 26.09.2024).
38. Світова гібридна війна: український фронт / За заг. ред. В. П. Горбуліна. Харків: Фоліо, 2017. 494 с.

39. Семеній А. О. Український кінематограф як засіб пропаганди історичної пам'яті в постсталінський період. Кваліфікаційна (бакалаврська) робота : 032 Історія та археологія. Вінниця, 2021. 66 с. URL: <https://doi.org/file:///C:/Users/-Marina/Downloads/10705-Текст%20статті-21296-1-10-20210720.pdf> (дата звернення: 28.09.2024).
40. Скуленко М.І. Ефективність пропаганди. Запоріжжя : Видавництво КПУ, 2011. 362 с.
41. Соціологія: словник термінів і понять. К.: Кондор, 2006. 372 с.
42. Троян С. С. Пропаганда. *Велика українська енциклопедія*. URL: <https://vue.gov.ua/Пропаганда> (дата звернення 17.11.2024 р.)
43. Фейки Кремля про Україну: в хід пішли «фейкові фактчекінги». *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayina-feyky-kremlya/32942386.html> (дата звернення: 19.11.2024).
44. Фінський інститут міжнародних справ. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/05/12/7049137/> (дата звернення: 28.03.2024 р.)
45. Шурхало Д. 160 років тому: польське повстання і українське питання. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/polske-povstannya-rosiyska-imperiya-ukrayinske-pytannya/32248140.html> (дата звернення: 20.03.2024)
46. Як росія розмиває реальність за допомогою новомови: Спеціальна воєнна операція. Детектор Медіа. URL: <https://disinfo.detector.media/post/yak-rosiia-rozmyvaie-realnist-za-dopomohoiu-novomovy-spetsialna-voienna-operatsiia> (дата звернення: 23.10.2024)
47. Ярослав Грицак: як виник міф про «братні народи»? Український інститут національної пам'яті. URL: <https://uinp.gov.ua/informaciyni-materialy/rosiysko-ukrayinska-viyna-istorychnyy-kontekst/yaroslav-grycak-yak-vynyk-mif-pro-bratni-narody> (дата звернення: 28.10.2024 р.)

ДОДАТКИ

Приклади створення візуального наповнення медіапроєкту (логотип, ілюстрації до публікацій):

