СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет гуманітарних наук, психології та педагогіки

Кафедра української філології та журналістики

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до випускного кваліфікаційного проєкту

освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр”

спеціальності 061 “Журналістика”

на тему

“ПРОПАГАНДА ПІД ЧАС БОЙОВИХ ДІЙ (АТО / ООС)”

Виконав: студент групи ЖУР–17з

О. О. Рибальченко ……………………….

Керівник: І. М. Кошман ……………………….

Завідувач кафедри: Г. П. Бондаренко ……………………….

Рецензент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Сєвєродонецьк

2021

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет гуманітарних наук, психології та педагогіки

Кафедра української філології та журналістики

Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр

Спеціальність: 061 «Журналістика»

|  |
| --- |
| ЗАТВЕРДЖУЮ  Завідувач кафедри  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  “\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року |

З А В Д А Н Н Я

НА БАКАЛАВРСЬКИЙ ПРОЄКТ СТУДЕНТУ

Рибальченку Олексанрові Олександровичу

1. Тема проєкту: Пропаганда під час бойових дій (АТО / ООС); керівник проєкту: Кошман І. М., к. ф. н., доцент, затверджені наказом вищого навчального закладу від “\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року №\_\_\_ .

2. Строк подання студентом проєкту: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .

3. Вихідні дані до проєкту: охарактеризувати пропаганду як невід’ємну складову гібридної війни; розробити сценарії сюжетів і змонтувати телевізійні огляди, начитати текстівки до них, дібрати музику, розробити комп’ютерну графіку.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): з’ясувати специфічні риси телеогляду; дослідити сучасний український медійний простір щодо використання цього жанру; описати ідею телевізійних оглядів контрпропагандистського спрямування.

5. Консультанти розділів роботи:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  консультанта | Підпис, дата | |
| завдання  видав | завдання  прийняв |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

6. Дата видачі завдання: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів бакалаврського дослідження | Строк виконання етапів | Примітка |
| 1 | Вибір теми роботи, вивчення наукової літератури, затвердження теми та керівника. | Жовтень 2020 |  |
| 2 | Аналіз літературних джерел. Розробка та подання плану дипломної роботи. Подання структури теоретичної частини дослідження. | Листопад 2020 |  |
| 3 | Робота над сценарним планом телеогляду. | Лютий-травень 2021 |  |
| 4 | Робота над теоретичною частиною. Подання теоретичної частини для читання науковим керівником. | Березень 2021 |  |
| 5 | Усунення помилок згідно із зауваженнями наукового керівника. Подання на друге читання. | Квітень 2021 |  |
| 6 | Робота над практичною частиною дослідження, написання висновків. Попередній аналіз, перевірка стану виконання роботи. Подання на читання. | Травень 2021 |  |
| 7 | Доопрацювання роботи з урахуванням рекомендацій наукового керівника. Подання роботи науковому керівнику та рецензенту на підготовку відгуку та рецензії. | Травень 2021 |  |
| 8 | Подання на кафедру остаточного варіанта роботи, зброшурованого та підписаного автором, науковим керівником і рецензентом. | Червень 2021 |  |

Студент: \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Рибальченко О. О.

Керівник проєкту: \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Кошман І. М.

**ЗМІСТ**

Вступ………………………………………………………………………...5

Розділ I. Теоретичні засади дослідження пропаганди в Україні під час Операції об’єднаних сил......……………………………………...........................8

1.1. Стан вивчення проблеми……………………………………………...8

1.2. Особливості телевізійного огляду як аналітичного жанру…………11

1.3. Пропаганда як складова гібридної війни ………...……………....…15

Висновки до I розділу ……………………………………………………19

Розділ II. Розробка телевізійних контрпропагадистських оглядів…………………………………………………………………..………...20

2.1. Аналіз сучасного українського інформаційного ринку телеоглядів…………………………………………………………..…………...20

2.2. Етапи роботи над телевізійними оглядами………………….……...22

2.3. Використання відеоредактора…….....................................................29

Висновки до II розділу………………………………………………....…32

Висновки……………………………………………………………….….34

Список використаних джерел…..………………………………………..36

**ВСТУП**

Актуальність проєкту. Огляд як аналітичний журналістський жанр дає можливість розглянути низку явищ сучасної дійсності за визначений час, котрі об’єднані спільною темою, проаналізувати й оцінити їх. Цей жанр актуалізується в умовах сучасного воєнного конфлікту, який наразі в Україні постає у вигляді гібридної війни, у котрій інформаційна складова превалює.

У такій неконвенційній війні активно використовуються методи пропаганди, публічної підтримки планів щодо захоплення влади в окремому регіоні, агресивної діяльності в мережі Інтернет тощо. Під час гібридних воєн зброєю на технічному рівні виступає вплив, блокування інформаційних каналів, спотворення інформації за допомогою технічних засобів (вірусів, програм). На рівні ідеологічному говорять про зміну стереотипів, установок і переконань, а відтак і свідомості людини. Одним із періодів пропагандистських російських впливів вважається легітимація “ЛНР” та “ДНР” як “держав”, що “активно почалося з червня [2014 р. – *О. Р*.] й сюрреалістичних масштабів набуло у кінці року, коли ми почали говорити не лише про «міністрів» та «парламенти», а й про «реформи», «поліцію» та «націоналізацію». «Добробут», який начебто відновили «керманичі» на цих територіях, протиставляється «тотальній кризі й занепаду», в яких живуть українці” [13]. Тож контрпропагандистські огляди, котрі підривають довіру до “ЛНР” і “ДНР”, применшують авторитет їхніх керівників, вважаємо актуальними.

Мета роботи: створити телевізійні огляди контрпропагандистського спрямування, визначити роль цього жанру в умовах гібридної війни.

Поставлена мета реалізується в таких завданнях:

* з’ясувати специфічні риси телеогляду;
* охарактеризувати пропаганду як невід’ємну складову гібридної війни;
* дослідити сучасний український медійний простір щодо використання цього жанру;
* описати ідею телевізійних оглядів контрпропагандистського спрямування;
* розробити сценарії сюжетів і змонтувати телевізійні огляди, начитати текстівки до них, дібрати музику, розробити комп’ютерну графіку.

Об’єктом проєкту є огляд як ключова одиниця сучасного аналітичного телевиробництва.

Предметом – особливості формування задуму, концепції, розробки сценарію, монтажу й начитки телеоглядів контрпропагандистського характеру.

**Теоретико-методологічну базу проєкту** складають розвідки вітчизняних і зарубіжних науковців, котрі розробляють теорію огляду як аналітичного жанру журналістики, – В. Здоровеги, О. Князєва, Г. Кривошеї, Г. Мельник, І. Михайлина, А. Москаленка, М. Подоляна, А. Тепляшної, В. Цвіка, А. Яковця та ін. Предмет дослідження зумовив звернення до наукових праць, у яких висвітлюються особливості пропаганди, її ролі під час сучасного воєнного конфлікту (Л. Голопатюк і Р. Тимошенко, О. Голуб, І. Малик, А. Михайличенко, О. Панич, Г. Почепцов, Ю. Сабадаш і С. Пахоменко, Т. Фісенкота ін.)

**Методи і прийоми дослідження**: у роботі застосовано загальнонауковий метод добору й систематизації матеріалу, описовий метод, журналістські методи збору інформації – вивчення документів і джерел, спостереження.

Новизна проєкту обумовлена відсутністю подібних за змістово-тематичними особливостями аналітичних програм у медіапросторі Луганської області.

**Практичне значення результатів проєкту.** Телевізійні огляди використано в новинах в ефірі регіонального телевізійного каналу “ЛОТ”. Теоретичне значення проєкту полягає в тому, що його узагальнення можуть бути використані як рекомендації українським засобам масової інформації щодо телевізійних продуктів контрпропагандистського характеру, а також при формування вимог до оглядів, спрямованих проти ідеологічної [пропаганд](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0)и супротивника.

Структура роботи: пояснювальна записка складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел, що налічує 33 позиції. Загальний обсяг пояснювальної складає 34 сторінки. У Вступі сформульовано актуальність проєкту, визначено його мету й завдання, об’єкт і предмет, охарактеризовано методи і прийоми дослідження, описано теоретико-методологічну базу, сформульовано новизну й практичне значення бакалаврської роботи. У Розділі І “Теоретичні засади дослідження пропаганди в Україні під час Операції об’єднаних сил” мова йде про специфіку огляду як одного із аналітичних жанрів, подано аналіз наукового розроблення теми, охарактеризовано пропаганду як невід’ємну складову гібридної війни. У Розділі ІІ “Розробка телевізійних оглядів” досліджено сучасний український медійний простір щодо використання цього жанру, описано етапи створення оглядів, зокрема формування задуму, опрацювання документів і джерел, складання сценарного плану, написання сценарію, описано особливості начитки й монтажу. У Висновках узагальнено результати бакалаврського дослідження.

**РОЗДІЛ I**

**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ОПЕРАЦІЇ ОБ’ЄДНАНИХ СИЛ**

* 1. Стан вивчення проблеми

До дослідження телевізійного огляду зверталися такі українські й закордонні науковці, як О. Князєв, С. Гуревич, В. Здоровега, Г. Кривошея, Г. Мельник, І. Михайлин, А. Москаленко, М. Подолян, А. Тепляшна, В. Цвік, А. Яковець та ін., котрі трактували його як один із найстійкіших і найбільш традиційних жанрів тележурналістики. Усі дослідники сходяться на родовій приналежності огляду, його функції й особливостях. Це пояснюється тим, що за своєю природою огляд “містить оцінки сукупності однорідних фактів з певної сфери життєдіяльності людей певного часу з метою дати аудиторії об’єктивну і цілісну картину дійсності, своєрідну панораму життя, одну з його сфер” [11].

Єдине, в чому відрізняються проаналізовані нами навчальні й наукові видання, – більш чи менш докладна класифікація видів огляду. Якщо переважна більшість дослідників розрізняє загальні й спеціалізовані (тематичні). В. Цвік звертає увагу на такі види телевізійних оглядів, як огляд монологічного характеру та огляд-діалог [31]. Г. Мельник і А. Тепляшна типологізують огляди на публіцистичні, огляди ЗМІ, огляди листів [За: 19].

Більш різнорідною виявилася література, у якій висвітлюються питання пропаганди в мас-медіа. Загалом відзначимо, що до початку війни на Сході України пропаганда як невід’ємна складова інформаційної війни розроблялася українським доктором філологічних наук Г. Почепцовим. Ще в 1999 р. вийшла його книга “Інформаційні війни. Основи воєнно-комунікативних досліджень” [21], також слід відзначити й інші його розвідки, дотичні до питання пропаганди, – “Інформація та дезінформація”, “Психологічні війни”, “Політтехнології в загальній систематизації технологій впливу” тощо.

У цей же період до пропаганди як предмета дослідження зверталися О. Зозуля, О. Литвиненко, В. Мандрагеля, Г. Ситник та ін. Так, монографія О. Литвиненка присвячена “Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії” вивченню сучасних підходів до проблематики спеціальних інформаційних операцій, зокрема в ній розглянуто окремі сценарії таких операцій. Аналіз фактологічного матеріалу дозволив науковцю окреслити методи захисту від використання “м`якої сили”, розглянути їхні переваги й недоліки [12].

У праці О. Зозулі “Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики” описано сучасний стан вивчення геополітичного інформаційного протистояння, з’ясовано роль інформаційної зброї як загрози національній безпеці під час геополітичного інформаційного протиборства [8].

Початок збройного конфлікту на Донбасі ознаменувався сплеском досліджень пропаганди і механізмам протидії їй. Серед великої кількості наукових праць з цієї теми відзначимо кілька. Розвідка Ю. Сабадаш і С. Пахоменко “Сучасні мас-медіа як засоби пропаганди та контрпропаганди (на прикладі конфлікту на Донбасі)” коротко охарактеризовано особливості гібридної війни, проаналізовано сутність пропаганди, визначено технології, які використовуються країною-агресором щодо України, з’ясовано заходи антипропаганди в умовах гібридної війни [24].

У дослідженні І. Малик “Механізми протидії негативним впливам інформаційної пропаганди” аналізуються проблеми виникнення і впливу пропагандистських технологій, з’ясовується специфіка використання інформаційної зброї й інформаційних впливів на людину, визначаються цілі пропаганди на різних етапах операції, яку авторка умовно називає “Старший брат-2” або “Повернення”. Особливо актуальним для нашого проєкту став аналіз популярності українських та російських телеканалів у регіонах України на сучасному етапі.

Дослідниця переконана, що “дієвою протидія інформаційним впливам пропаганди може бути лише у тому випадку, коли задіяні усі рівні, на яких відбувається протистояння, – державний, суспільний та індивідуальний. Лише скоординовані дії державних органів, громадських організацій та особиста відповідальність кожного громадянина у протистоянні негативним впливам пропаганди призведуть неминуче до формування стійкого імунітету для боротьби в інформаційному полі” [13, с. 52].

Осягнути теоретичний і практичний аспекти нашого дослідження нам допомогли матеріали сайту громадської організації “Детектор медіа”, зокрема статті О. Панича, П. Бурковського, О. Ілюк, З. Красовської та ін. Наприклад, у розвідці медіаексперта, доктора філософських наук О. Панича “Журналістика і пропаганда” докладно проаналізовано визначення терміну “пропаганда”, наголошено, що негативна конотація, якої набуло це поняття останнім часом, невиправдана: “Отже, чи випливає з цих визначень, що пропаганда — це завжди щось осудне й маніпулятивне? У жодному разі. Якщо, наприклад, ідеться про пропаганду «здорового способу життя», з явним наміром «вплинути на людські погляди» й закликати людей жити здоровіше, то що в цьому поганого? Тут був би недоречним навіть типовий журналістський стандарт «балансу думок», бо навряд чи аудиторія нормально сприйме матеріал, у якому «рівні можливості для аргументації» надаються людям, які обстоюють здоровий і нездоровий способи життя” [20]. Крім того, О. Панич перелічує випадки виправданого вживання пропаганди, визначає ознаки, за якими можна встановити відмінні риси “між журналістом, у роботі якого є легітимний компонент пропаганди, і недоброякісним пропагандистом, який лише маскується під журналіста” [21].

Окремо слід сказати про матеріали, що стосуються російської пропаганди й методів її протидії, розміщені на сайті Інституту масової інформації. Так, проаналізувавши некінетичні методи агресивного російського впливу й причини, через які важко їм опиратися, експертка ІМІ О. Голуб дійшла висновку, що “Україна наразі використовує методи протидії пропаганді як у короткостроковій перспективі (вимкнення деяких каналів інформації), так і довгостроковій – розвитку критичного мислення у суспільства. Ця стратегія є правильною. Проте варто розробляти й інші методи переривання ланцюга споживач – когнітивна реакція, а саме створювати сприятливі умови для розвитку якісних медіа. Це можливо в разі розвитку ефективної саморегуляції або ж співрегуляції в медіа” [6].

Отже, у сучасній науці про журналістику докладно розроблено теорію огляду, зокрема телевізійного, охарактеризовано його жанрові особливості, визначено його види. Якщо до воєнного конфлікту в Україні розвідки, у яких би досліджувалася пропаганда як складова гібридної війни й способи протидії їй або аналізувалося, яким чином держава-агресор впливає на громадян нашої країни через меседжі в мас-медіа, були поодинокі, то після подій у Криму й на Донбасі наукове й журналістське товариство змушене розробляти ці аспекти, оскільки від вирішення питання інформаційної безпеки залежить існування України як незалежної держави.

1.2. Особливості телевізійного огляду як аналітичного жанру

На думку І. Михайлина, “огляд – жанр, метою якого є ознайомити читачів з перебігом подій за тривалий проміжок часу чи рядом однорідних подій чи фактів за стислий хронологічний період” [13].

Як і будь-який аналітичний жанр, огляд потребує від медійника широких знань, уміння визначати однотипні факти і явища, зв’язок між ними, зіставляти й порівнювати їх, виявляти тенденції, тобто уміння аналітично мислити, а також майстерно оцінювати явища, висувати поради щодо розв’язання актуальних проблем.

Якщо предметом огляду, як і в інших жанрах, виступають суспільні події, то його мета – показ глядачам причинно-наслідкових зв’язків (подекуди прихованих, іноді важко вловимих), з’ясування їхнього значення, визначення тенденцій подальшого розвитку.

Російський дослідник О. Князєв наголошує на фактологічності й групуванню фактів відповідно до авторського задуму. “Крім того, оглядач розглядає факти в їх взаємодії, розкриває взаємозв’язок фактів, виділяє загальне і робить свої висновки” [9]. На відміну від коментаря, у якому може розглядатися один факт або одна подія, огляд зазвичай ширший, обмежується хронологічними або / і тематичними рамками.

Бачимо, що роль журналіста в огляді визначна, тому від назви цього жанру виникла й назва журналістської спеціалізації – оглядач. Існування окремого найменування для працівника медіа, котрий спеціалізується на оглядах, В. Цвік розцінює як незаперечний аргумент закорінення цього жанру в журналістській практиці: “У переліку журналістських професій на телебачення <…> слідом за репортером, коментатором йде оглядач. Наявність такої посади є об’єктивне свідчення, що в телевізійній практиці міцно утвердився цей специфічний жанр” [31, с. 249].

О. Князєв розподіляє огляди на *загальні*, де розглядаються різні події конкретного відрізку часу, та *спеціалізовані (тематичні)*, котрі своєю чергою групуються за проблематикою – економічні, наукові, політичні, мистецькі, спортивні тощо [11]. Такої ж класифікації дотримуються й інші журналістикознавці. Скажімо, в підручнику “Телевізійна журналістика” сказано: “Музичний огляд, театральний огляд і подібні програми за своїми жанровими особливостями, по суті, нічим не відрізняються від міжнародного або спортивного огляду. Змінюється тема передачі, спеціалізація оглядача, але сутнісні характеристики жанру залишаються незмінними” [26]. Щоправда, український дослідник Й. Здоровега серед тематичних оглядів виокремлює спортивні, оскільки вони мають здебільшого інформаційний характер: “Головне їхнє завдання – відтворити картину, даючи певні оцінки, роблячи якісь очевидні висновки. Відеоряд на телебаченні дає можливість відтворити найголовніші епізоди тих чи інших змагань, частина глядачів може побачити їх уперше. Глибина і компетентність, а також цікавість розповіді залежить від рівня таланту і професіоналізму оглядача” [7, с. 202].

Крім класифікації оглядів за тематикою, можна виділити види телевізійних оглядів за способом мовлення: *огляд монологічного характеру* (одноосібна робота в кадрі оглядача), *огляд-діалог* – огляд, у якому журналіст зі своїми компетентними співрозмовниками обговорює головні події в тій чи іншій сфері суспільного життя. Специфіку такого різновиду укладачі підручника “Телевізійна журналістика” пояснюють таким чином: “Тут огляд, по суті, перетворюється в бесіду. Використовуються видовищні можливості телеекрану: документальні кадри, фотодокументи тощо. Вони органічно поєднуються з усним мовленням і представляють собою не стільки ілюстрацію, скільки матеріал, на якому оглядач будує свої висновки та узагальнення” [26].

Г. Мельник і А. Тепляшна говорять про такі види огляду:

1. *Публіцистичний огляд*: «специфікою відтворення <…> є панорамування подій та фактів. Такий огляд поєднує в собі декілька аналітичних методів: кореспонденції, статті, листування» [19]. Крім того, він може включати звертання або апеляцію.
2. *Огляди ЗМІ* аналізує матеріали преси, радіо й [телебачення](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F) з метою популяризувати їхні дописи, орієнтує реципієнта в різноманітності мас-медійного доробку, подекуди допомагати продавати засоби масової комунікації.
3. *Огляд листів* «призначений не тільки відтворити факти і події з листів, проаналізувати їх, але й відтворити думки, оцінки авторів щодо них, розкрити причини своєрідності мислення, оцінок, настроїв та переживань авторів, листів, щоб показати громадську думку» [19]. Такий вид огляду репрезентує громадську думку, з’ясовує проблеми людини / групи людей / колективу.
4. *Огляд преси* рецензує пресу, узагальнюючи досвід роботи друкованих мас-медіа й подаючи критичні оцінки й рекомендації.

Композиція огляду чітко не регламентована, її складові частини можуть відрізнятися один від одного залежно від теми, місця, масштабу проблеми тощо. Огляд дозволяє включати фрагменти інтерв’ю, коментарі фахівців.

На телебаченні сюди додається будь-який інший образотворчий матеріал, що допомагає показати ситуацію. Образотворчі засоби, за допомогою яких на екрані вирішуються складні завдання, різноманітні. Однак оскільки в огляді раз-у-раз простежуються процеси, котрі розвиваються протягом тривалого часу, то часто стає необхідним використання не тільки оперативного матеріалу інформації, а й архівної відеоматеріалу, який компонується відповідно до логіки авторської концепції.

Хронометраж огляду може бути дуже великим і досягати декількох десятків хвилин.

На сучасному етапі жанр огляду активно використовують у всіх видах журналістики, особливо активно – на телебаченні. Наприклад, у ранкових шоу – у “Ранку у великому місті” на телеканалі ICTV в жанрі огляду подають добірку яскравих матеріалів відомих друкованих ЗМІ або резонансні новини за попередній день. Анонс перед підсумковими новинами, завдання якого – поінформувати й зацікавити, також використано форму огляду. Інтернет-ЗМІ перейняли таку жанрову форму – в одній публікації поєднуються кілька найрезонансніших подій, наприклад, “Новини України: Шарій залишився без статусу біженця, а Зеленський пообіцяв відкрити президентський університет” на сайті “Обозревателя” [18].

На запозиченні насамперел форми, а не змісту огляду сучасними телевізійними передачами наголошує А. Яковець: “Можна сказати, що практично всі аналітичні програми на українському телебаченні оглядові. <...> говорячи про інформаційно-аналітичну публіцистику, варто зазначити, що всі програми такого спрямування певним чином оглядові, але оглядовість тут форма, а не зміст” [32, с. 98].

1.3. Пропаганда як складова гібридної війни

Питомі риси сучасного воєнного конфлікту Р. Тимошенко і С. Голопатюк згрупували в 6 категорій – загальні, політичні, економічні, інформаційні, воєнні й міжнародно-правові. Предмет нашого дослідження зумовлює пильну увагу саме до інформаційної складової гібридної війни. Серед цих складових автори дослідження особливо наголошують воєнну й інформаційну: “Саме пропаганда в ЗМІ та агресивна діяльність в мережі Інтернет є основними рушійними силами для створення необхідного сприятливого інформаційного фону. Наприклад, на початку своєї агресії в Луганській і Донецькій областях навесні в літку 2014 року в російських ЗМІ поширювалися повідомлення про політичні кризу непередбачуваних масштабів в Україні, що стало причиною «громадянського протистояння», яке згодом пропагандисти охрестили «громадянською війною». Звичайно, нічого подібного в Україні ні тоді, ні зараз не відбувається. <…> Тому на його підтримку Кремль витрачає мільярди рублів, і саме завдяки йому російській владі вдається якісно «обґрунтовувати» свої незаконні дії серед співгромадян” [5].

**Значення інформаційної складової** неконвенційної війни **акцентовано й у “Воєнній доктрині України”. У ній прописано основні тенденції, що позначаються на воєнно-політичній ситуації в регіоні довкола України, серед цих тенденцій зазначено зокрема й** інформаційну війну Російської Федерації проти нашої країни [3].

**Найпотужнішим засобом інформаційної війни є пропаганда. До XVI ст. слово “пропаганда” використовували тільки в біології у зв’язку з розмноженням тварин і рослин. У ХVІ ст. папа Григорій XIII уповноважив трьох кардиналів de propaganda fide – поширювати католицьку віру в нехристиянських землях. Остаточно цей термін закріпився в 1622 р., коли римський папа Григорій XV створив місіонерське товариство “Конгрегація пропаганди вірою” [28]. У сучасному вигляді пропаганда виникла тільки під час Першої світової війни, коли великі держави зіткнулися з проблемою формування й підтримки необхідних патріотичних (причому досить агресивних) настроїв серед населення, а також з проблемою пропагандистської роботи серед населення й у лавах армії противника. Як наслідок стали створюватися спеціальні пропагандистські органи, які професійно займалися закоріненням в суспільну свідомість певних ідей і думок. Водночас революція засобів масової комунікації дозволила пропагандистам звернутися до кожної людини – радіо, кіно й фотографія надали нові можливості для впливу на маси. Крім того, нові можливості для впливу на маси надало масова культура, після чого мистецтво, література, музика також стали пропагандистськими засобами.**

**Існує кілька десятків визначень цього поняття, які відрізняються один від одного. Порівняємо кілька з них.**

**Виходячи з етимології слова (**[**лат.**](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0)**propaganda – що підлягає розповсюдженню, від propago – розповсюджую), у “Великій радянській енциклопедії” подано таке визначення: “Пропаганда – розповсюдження політичних, філософських, наукових, художніх та ін. поглядів та ідей з метою їхнього запровадження в суспільну свідомість і активізації масової практичної діяльності” [23].**

**Таке ж нейтральне визначення подає і С. Свєчніков: “Пропаганда – це поширення і навіювання поглядів, ідей і думок з метою позитивно або негативно налаштувати аудиторію і стимулювати її реакцію в бажаному для пропагандиста напрямку” [25, с. 37].**

**О. Панич наводить таке визначення: це “інформації, ідеї, погляди чи образи, часто з надаванням лише частини аргументу, які поширені в ефірі, опубліковані або поширені в інший спосіб із наміром вплинути на людські погляди” [Цит. за: 20].**

**Негативної конотації аналізоване визначення набуває в трактуванні Ю. Сабадаш і С. Пахоменка: “Пропаганда – це коли певну складну проблему зводять до рівня чорно-білої картинки, коли усуваються півтони, і коли меседж робиться дуже простим, щоб його можна було сприйняти на рівні емоцій” [24, с. 17].**

**Спільним у наведених трактуваннях визначення головної функції пропаганди – цілеспрямоване формування особливої картини світу, яка спонукає суспільство на конкретні дії, що вимагаються від нього.**

**Негативної конотації слово “пропаганда” набуло в Україні у зв’язку з російською агресією, а точніше гібридною війною, яку розв’язала Росія проти України. Під час гібридної війни воєнна складова, бойові дії відсуваються на другий план, стають другорядними, найбільшого значення набувають інформаційні операції, кібератаки. Війна відбувається не стільки на полях битви, скільки в головах у пересічних громадян – боротьба відбувається за свідомість мешканців нашої країни. Завуальоване втручання Російської Федерації постає також у вигляді підбурювання, “відпускників”, диверсантів, “зелених чоловічків”, регулярних військ без розпізнавальних знаків.**

**Через підконтрольні медіа держава-агресор просуває власну інтерпретацію реальності, конструює цю реальність, відповідно основним засобом досягнення бажаного постала пропаганда. Ефективність пропаганди досягається завдяки таким чинникам:**

1. **безальтернативність інтерпретації реальності;**
2. **централізованість, організаційна структура, цільність, безперервність комунікації;**
3. **вплив на емоції реципієнтів.**

**Наголосимо на останньому чиннику: пропаганда оперує певними образами й стереотипами, символами й упередженнями, впливаючи не тільки і не стільки на розум, скільки на емоції. Вона збурює старі ідеї з глибин свідомості, примушує їх знову працювати.** **Найдієвіший емоційний вплив відбувається під час дестабілізуючих дій. На думку І. Фісенко, “особливістю пропаганди під час гібридної війни можна назвати передусім її функціонування у дестабілізованому суспільстві, що, з одного боку, спрощує роботу з аудиторією, з іншого – великою мірою залежить від рівня її довіри до різних джерел інформації” [29, с. 42].**

**Останнє твердження цитати подекуди пояснює схему пропаганди**: “відправник – повідомлення – отримувач – когнітивний ефект” [6]. Для когнітивного ефекту відправник повідомлення повинен викликати довіру в отримувача. Тому одним із способів протидії пропаганді є усунення каналу комунікації, наприклад, блокування російських соціальних мереж “ВКонтакті”, “Однокласники” на території України (травень 2017 р.), вимкнення проросійських телеканалів “112”, “NewsОne” та ZIK (лютий 2021 р.). Однак у цифрову епоху такі заходи можуть вповні не спрацювати – для користування забороненими соціальними мережами охочі застосовують анонімайзери, шанувальники контенту заборонених телеканалів знаходять їх на просторах інтернету. Це підтверджує думку про те, що “одержувачу пропаганди не потрібна правда. Це парадокс гібридної війни. Йому потрібне постійне підживлення своїх поглядів” [24, с. 18].

Тож найбільший ефект матимуть довгострокові дії – формування високого рівня медійної культури (медіаграмотності) і критичного мислення отримувачів інформації.

Ю. Сабадаш і С. Пахоменко пропонують такі шляхи боротьби з російською пропагандою:

* волонтерські інформаційні проєкти, скажімо, Інформаційний опір Тимчука, Stopfake, Інформнапалм;
* медіа (створення сприятливих умов для становлення якісних засобів масової інформації);
* Міністерство культури та інформаційної політики України;
* “у прифронтових районах дуже важливі зустрічі військовослужбовців з учнями, студентами, проведення спільних заходів з патріотичного виховання” [24, с. 18].

Отже, довгострокові методи протидії пропаганді передбачають створення телевізійних програм, які б викривали російські фейки про Україну, про так званий “громадянський конфлікт” на її території, які б показували роль російської пропаганди в демонізації Євросоюзу та Північноатлантичного альянсу, дискредитації євроінтеграційного курсу нашої держави, які замінювали б стереотипи й установки, а відтак поступово змінювали свідомість пересічного громадянина України.

Висновки до розділу І

Огляд – традиційний журналістський жанр, що має багату традицію як в друкованих виданнях, так і на телебаченні й на платформах онлайнових ЗМІ. Специфіка цього аналітичного жанру досліджена вповні українськими й зарубіжними журналістикознавцями О. Князєвим, С. Гуревичем, В. Здоровегою, Г. Кривошеєю, Г. Мельником, І. Михайлиним, А. Москаленком, М. Подоляном, А. Тепляшною, В. Цвіком, А. Яковцем та ін.

Пропаганда в українському інформаційному просторі стала активно обговорюватися у зв’язку із гібридною війною в Україні. Їй приділяють увагу як науковці – Г. Почепцов, О. Зозуля, Ю. Сабадаш і С. Пахоменко, І. Малик та ін., так і журналісти-практики – медійники громадської організації “Детектор медіа” та Інституту масової інформації.

**РОЗДІЛ II**

**РОЗРОБКА ТЕЛЕВІЗІЙНИХ КОНТРПРОПАГАДИСТСЬКИХ** **ОГЛЯДІВ**

2.1. Аналіз сучасного українського інформаційного ринку телеоглядів

Після початку російсько-української війни, розуміючи важливість її інформаційної складової, проукраїнські телеканали почали створювати сатиричні пропагандистські телепередачі, покликані показати антигуманність російської державної машини, висміяти абсурдність дій очільників новостворених республік, викрити фейкові повідомлення російських і “республіканських” ЗМІ. Проаналізуємо кілька з таких телевізійних продуктів.

Інформаційна передача “Гражданская оборона”, що виходить на телеканалі [ICTV](https://uk.wikipedia.org/wiki/ICTV) у вечірній час з 2015 р. Передача намагається протистояти російському телебаченню, котре розповсюджує неправдиву інформацію про українські реалії. Кожен випуск “Гражданской обороны” розкриває глядачам завуальовані за гучними медіарупорами факти і брудні таємниці так званої “великої політики”. У програмі беруть участь воєнні експерти, історики, політологи, воєнні журналісти, колишні агенти розвідки і звичайні солдати, котрі своїми знаннями допомагають зрозуміти реальну картину актуальних подій – війна на Донбасі, анексія Криму, “скелети” Росії, закулісні політичні ігри тощо.

Мова передачі російська, що пояснюється бажанням її авторів впливати на російськомовного глядача. Таку ідею не “оцінила” дописувачка сайту [MediaSapiens](http://ms.detector.media/) – проєкту громадської організації “Детектор Медіа” І. Долженкова: “Це ще можна було би зрозуміти, якби українські канали напевно дивилися на територіях так званих ЛНР та ДНР, де українську погано сприймають. Тоді контрпропагандистський продукт українських телевізійників, які прагнуть будь-що показати свою участь в інформаційній війні з Росією, мав би хоч якийсь сенс. Проте, як кажуть усі, хто побував на окупованих територіях, тамтешня публіка досі активно споживає російський телевізійний продукт. Відтак зусилля бійців українського інформаційного фронту там ніхто не оцінить” [[4]](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D1%96#cite_note-1). До того критику зазнали й запрошені експерти програми, котрі “часто-густо <…> кочують з одного проекту в інший без жодного ексклюзиву” [[4]](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D1%96#cite_note-1).

Телевізійна інформаційна програма “Антизомбі”, що також виходить на телеканалі [ICTV](https://uk.wikipedia.org/wiki/ICTV) у вечірній час з 27 березня 2015 р. до сьогодні. Передача позиціонується як аналітична. “Метою програми є протидія [інформаційній війні проти України](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0) в умовах [російської збройної агресії](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%B7%D0%B1%D1%80%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8_(%D0%B7_2014)), предметом програми є детальний розбір та аналіз тенденційної інформації про Україну в закордонних, переважно російських ЗМІ” [[1]](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D1%96#cite_note-1).

Авторський колектив очолює Григорій Герман. Тривалість – 50 хвилин. Мова програми – українська й частково російська.

Редакція “Антизомбі” намагається з’ясувати, як можна підкорити багатомільйонний народ за допомогою машини пропаганди і агресивним зомбуванням населення засобами масової інформації. Матеріали випусків переконують глядачів, що російські рупори займаються цим довго й послідовно. Програма розповідає про способи і прийоми активної пропаганди, а також розкриває безглузді помилки, обман і відверті фейки російських ЗМІ. На ютуб-каналі [ICTV](https://uk.wikipedia.org/wiki/ICTV), де викладені випуски передачі, зазначається: “Проект «Антизомбі» на ICTV покаже конкретні факти і способи, за допомогою яких впливають на населення кожен день. Автори розкажуть, що (а точніше – хто) формує картину життя звичайного росіянина, як йому підносять ті чи інші події, якими психологічними методами користуються працівники преси, щоб викривити картину світу простого обивателя” [2].

Попри деяку схожість проаналізованих програм, їхня відмінність полягає в тому, що колектив “Гражданской обороны” демонструє непривабливі сторони життя в Російській Федерації, а проєкт “Антизомбі” показує способи зомбування російського глядача, викриває дезінформацію російського телебачення щодо України.

Сатирична програма “[Вєсті Кремля](https://www.youtube.com/playlist?list=PL9o6bQUWYNvJavl_4DlhRGT2mqJ-RGFWZ)” виходить на “24 каналі” з березня 2015 р. і висміює події російського життя, абсурдність дій російських можновладців, показує реальну політику Кремля. Одним із авторів і ведучим є Юрій Гаврищак. Тривалість – 16 хвилин. Мова передачі – українська. Програму неоднозначно оцінили в українському інформаційному просторі – одні сприйняли її як “нашу відповідь Кисельову” [30], інші ж стали закидати відсутність гумору, тенденційність, невмотивованість висновків. Так, у дописі “Колима, одноногий бандит, іжевські патріоти і інші непотрібні українському глядачеві новини” на сайті “Детектор Медіа” зазначалося: “Я, звичайно, розумію, що для сатири точність не потрібна, як не потрібен мінімальний культурний бекграунд або хоча б уміння гуглити, але почуття гумору-то хоча б має бути?” [10].

Усі проаналізовані телепродукти мають спільну рису – вони не приховують своєї пропагандистської спрямованості. Як слушно зауважила І. Долженкова, “намагаючись позбутися колоніальної залежності від медіапростору войовничої сусідки, наші розповідають про те, що в сусіда корова здохла (ліс горить, ракета впала, каналізацію прорвало чи її взагалі немає, діти пиячать, села вимирають – ряд можна продовжити до нескінченності) з такою неприхованою зловтіхою, наче стараються спародіювати Дмитра Кисельова” [[4]](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D1%96#cite_note-1).

2.2. Етапи роботи над телевізійними оглядами

Проєкт складається з трьох оглядів, які не мають назви. На етапі *формування концепції матеріалів* ми визначили задум майбутніх журналістських матеріалів – бути опонентом російському й “республіканському” телебаченню в показі подій, що відбуваються на території “ЛНР” і “ДНР”. Пропоновані огляди можна розцінювати як контрпропаганду, тобто заходи, спрямовані проти ідеологічної [пропаганд](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0)и супротивника. Відтак за контентом огляди схожі до телепрограм “Антизомбі” та “Гражданская оборона”.

Г. Почепцов виділяє наступальну й захисну контрпропаганду [22]. Наш телепродукт розцінюємо як наступальну контрпропаганду, оскільки він характеризується такими ознаками:

* транслює негатив, тобто покликаний сформувати негативне ставлення до самопроголошених “республік” та їхніх очільників, дискредитувати їх, навіяти почуття неприязні й відрази;
* змінює зміст пропагандистських повідомлень ворога, “що надає йому іншого відтінку, знижує довіру, створює негативний образ” [15];
* показує дії супротивника як небезпечні, загрозливі для життя;
* підриває довіру до “ЛНР” і “ДНР”, применшує авторитет їхніх керівників через використання словесної маніпуляції (*так званий, самопроголошений, фейковий* тощо).

Телеогляди спрямовані на широку глядацьку аудиторію – суспільний прошарок, рівень освіти, національність і вік значення не мають. Огляди планувалося транслювати на регіональному телеканалі “ЛОТ” (Луганське обласне телебачення).

На етапі *опрацювання документів і джерел* нами опрацьовано українські інтернет-ресурси з метою відбору по три найяскравіших новини для кожного огляду. Тож згідно із класифікацією, представленою в підрозділі 1.2, наші огляди слід віднести до спеціалізованих (тематичних), оскільки стосуються однієї теми – висвітлення подій на тимчасово окупованих територіях; за способом мовлення – до оглядів монологічного характеру, оскільки в них відсутнє обговорення зі співрозмовниками; а також до оглядів ЗМІ.

Джерелами для оглядів стали: для першого огляду – інтернет-видання “Трибун”, ресурс “Права справа”, для другого – інформаційне агентство “Укрінформ”, інформаційна агенція “Главком”, для третього – інтернет-ЗМІ “Гордон” та “Новинарня”, сайт проєкту “Інформаційний спротив”, інформаційно-аналітичне медіа “Дзеркало тижня”. В усіх оглядах джерела інформації зазначаються.

На етапі *складання сценарного плану* визначається хронометраж і орієнтовний текст диктора в кадрі (ДВК) і тексту журналіста за кадром (ЖЗТ), відеоряд оглядів.

Під час *написання сценарію* журналіст конкретизує текст.

Сценарій першого огляду

00:00:00 – 00:00:19. ДВК: За псевдоводійські посвідчення житель окупованих територій сплатив п’ятнадцять тисяч рублів. У Росії не визнають документів “ЛНР” і штрафують їхніх володарів. Руйнують інфраструктуру і вбивають мирних жителів – такі наслідки навчань бойовиків поблизу окупованого Алчевська. Про це в нашому традиційному огляді.

00:00:20 – 00:02:35. ЖЗК: Зупинили та оштрафували. Житель окупованого Кришталевого (колишній Красний Луч Луганської області) розповів, що в Москві його автомобіль зупинили інспектори з безпеки руху і заявили, що права, видані в “ЛНР”, не працюють. За словами чоловіка, коли він отримав документи, його запевнили – дійсні на території “ДНР”, “ЛНР” і Російської Федерації. Володарю авто довелося сплатити штраф – п’ятнадцять тисяч рублів. Така публікація з’явилася в сепаратистському співтоваристві – соцмережі, передає “Трибун”.

Ще один коментар додала прихильниця “руського миру”, яка повідомила: незважаючи на спеціальний указ російського президента, недійсними у Росії є довідки з “ЛНРівської” ветлікарні. Свого песика господарка має обстежити і отримати посвідчення включно на російській території. Такими же непотрібними є паспорти, довідки на нерухомість, атестати та вузівські дипломи, видруковані на окупованих територіях.

На окупованих територіях Луганщини бойовики не залишають планів продовження бойових дій. За інформацією інтернет-ресурсу “Права справа”, цими днями в навчальному військовому центрі поблизу міст Алчевськ та Перевальськ спостерігається скупчення техніки і живої сили. Тут відбуваються чергові батальйонно-тактичні навчання, не пов’язані з ротацією. На полігон доправили важку бронетехніку з тилових окупованих районів – це танк Т-64 та понад десять гаубиць. Тож окупанти готуються до подальшого знищення інфраструктури Донбасу. Ті, хто руйнує території, несуть смерть і жителям. Цілком ймовірно, що відразу ж після чергових стрільб на навчаннях кілька бойовиків вдерлися і пограбували склад алчевського супермаркету “Абсолют” і вбили тамтешню прибиральницю, повідомляє “Депо.Донбас”

У соцмережах поширили фотожабу на главу так званої “ДНР” Олександра Захарченка, повідомляє “Трибун”. Приміром бойовик Євген Тинянський на своїй сторінці у Фейсбук опублікував фотоколаж на так званий указ Захарченка про створення Приазовського козачого війська з дотепним підписом “Сурковський продукт просрочена ряженка”. Окрім того, на одному з пропагандистських інформресурсів з’явилася іронічна стаття про попередні дві невдалі спроби дегенерала створити приватні військові підрозділи. У перлах під назвою “Республіканська гвардія”, а після провалу ще й “Легіон”. Свою неповагу до Захарченка під цим постом висловили чимало адептів “руського миру”, серед них Вадим Погодін – бойовик Керч – і організатор сепаратистського референдуму на Донеччині Роман Лягін.

Сценарій другого огляду

00:00:00 – 00:00:25. ДВК: Ватажок луганських бойовиків втік з Луганська до Росії. Фейковий міністр тамтешнього силового відомства заявив, що йому вдалося попередити повернення самоназваної “ЛНР” до складу України. Розбірки російських силовиків між собою на Донбасі, які протягом останніх днів відбуваються в окупованому Луганську, тепер і в бандитській “ДНР”. Про це в нашому традиційному огляді.

00:00:26 – 00:03:07. ЖЗК: Автомобільний кортеж ватажка самопроголошеної “ЛНР” Ігоря Плотницького виїхав з Луганська. Про це повідомляє “Укрінформ” з посиланням на “Новую газету”. Окрім Плотницького, в автівках керівниця адміністрації Плотницького Ірина Тейцман та сепаратистської телерадіокомпанії Анастасія Шуркаєва і ще кілька наближених.

Урядові будівлі в центрі окупованого Луганська, як і раніше, оточені озброєними людьми, серед яких, ймовірно, співробітники МВС “ЛНР” і “Міністерства держбезпеки” “ДНР”. Як повідомлялося напередодні, усунений з посали так званого “міністра внутрішніх справ” “ЛНР” Ігор Корнет не покинув своєї посади і опублікував відеозвернення, в якому заявив, що деякі високопоставлені діячі самопроголошеної республіки, включаючи Тейцман і Шуркаєву, – це агентура українських спецслужб. Сьогодні на ранковій нараді в окупованому Луганську фейковий міністр так званої “ЛНР” Ігор Корнет заявив, що відомство працює в штатному режимі, поліція в повному обсязі виконує свої функції і впевнено тримає ситуацію під повним своїм контролем. Він зобов’язав усіх підлеглих підтримувати порядок та запобігати діяльність українських ДРГ, які ледь не повернули самозвану республіку до складу України. Нагадаємо, що позаминулої ночі в Луганськ увійшла колона військової техніки з Донецька. Згодом так зване “МГБ” “ДНР” офіційно визнало, що проводить спільну спецоперацію із силовикам “ЛНР” нібито проти українських диверсантів. А слідом за російськими танками на Донбас прибув і черговий путінський гумконвой. Це вже сімдесят перша колона з так званою “допомогою”, що незаконно перетнула державний кордон України.

Минулої ночі в окупованому Донецьку сталася низка диверсій, що привела до жертв серед терористів. Про це повідомляє “Главком” з посиланням на сторінку у Фейсбуці координатора групи “Інформаційний спротив” народного депутата Дмитра Тимчука. Він стверджує, що розбірки російських силовиків між собою на Донбасі, які протягом останніх днів відбувалося в Луганську, тепер перекинулися і на “ДНР”. У ніч з 22.11 на 23.11 сталася серія диверсій проти штабних структур першого армійського корпусу “ДНР”, дислокованого в Донецьку. Є жертви серед офіцерів штабу корпусу окремих артилерійських бригад – сотої бригади так званої республіканської гвардії “ДНР”, наголосив автор. За його словами, російське командування цих угруповань з початку подій у Луганську висувало ідею об’єднання “ЛНР” і “ДНР” в одне ціле під керівництвом ватажка Донецька, нібито ми зараз спостерігаємо репетицію протистояння російських силовиків, яке незабаром очікує Росію, підсумував Тимчук.

Сценарій третього огляду

00:00:00 – 00:04:06. ЖЗТ: В окупованому Росією Севастополі зірвався показ фільму “Ополченочка”. Замість нього пустили фільм про українських героїв АТО. Про це інформують журналісти інтернет-ЗМІ “Гордон” та “Новинарня”. Фільм окупантів планували показати в кінотеатрі “Москва”, проте його не змогли запустити, бо на флешці був другий фільм. Згодом стало відомо, що замість “Ополченочки” в кінотеатрі почали показувати фільм “Позивний “Бандерас” – це українська стрічка 2018 року. В кіно йдеться про групу розвідників, очолювану досвідченим капітаном Антоном Саєнком (позивний “Бандерас”), що намагається запобігти диверсії та знешкодити російського підривника Ходока. Сценарій має в основі щоденники нацгвардійця Сергія Башкова з позивним “Індіанець” та розповіді воїнів АТО. Але і наш українській фільм бойовикам та місцевим подивитися не вдалося. Трансляція була перервана через те, що спочатку показали не ту копію, а потім згоріла лампа кіноапарата.

А ось в так званому окупантами “ДНР” пропагандистські фільми є, а ось лікарських препаратів в аптеках окупованих районів Донецької області немає. Це такі, як гіалуронова кислота або її солі. Зокрема, це життєво необхідні ліки для лікування смертельно небезпечного муковісцидозу. Про це пише в соціальних мережах блогер з Донецька “Сеня Анатолич Варм”, що ці ліки аптеки відмовляються везти з Росії навіть під замовлення. А коментатори “Вита Вика” і “Лариса Негла” відзначають на скрині, що в “республіці” немає багатьох ліків, які є в України і в Росії. І якщо лінія розмежування закрита терористами, то зрозуміти, чому окупанти не ввозять ліки з Росії, складно. Тим часом, так зване “міністерство охорони здоров’я” “ДНР” каже, що ці ліки не є пріоритетом, наразі вони витрачають місцеві кошти нібито на боротьбу з ковід-19. Але без результатів. Від коронавірусу в непідконтрольній Донецькій області загинуло понад трьох тисяч людей, ще тридцять сім тисяч хворіє.

Ліків немає, зарплати теж. П’ять місяців жителям окупованого Алчевська не виплачують заробітну плату. Нинішні і колишні співробітники Алчевського металургійного комбінату поскаржилися, що їм не платять вже п’ять місяців. Відеозвернення учасників акції опубліковано на сторінці спільноти жителів Алчевська в російській соцмережі “ВКонтакте”, доступ до якої українські інтернет-провайдери повинні блокувати через діючі санкції. Працівники меткомбінату констатували, що в окупованому місті практично ніде працювати, а вартість комунальних послуг суттєво зросла. Люди змушені їхати на заробітки на підконтрольну українському уряду територію, щоб хоч якось заробити на життя. Управляє Алчевським меткомбінатом російське ЗАТ “Внешторгсервіс”. Воно належить втікачу олігархові Сергію Курченку, який до 2014 року обслуговував режим Віктора Януковича, будучи одним з його “гаманців”. Жителі Алчевська скаржилися ватажку угруповання “ЛНР” Леоніду Пасічнику, місцевій “прокуратурі” та окупаційній адміністрації міста. Але безрезультатно.

Етапи *роботи над начиткою, комп’ютерною графікою й монтажем* висвітлено в підрозділі 2.3.*.*

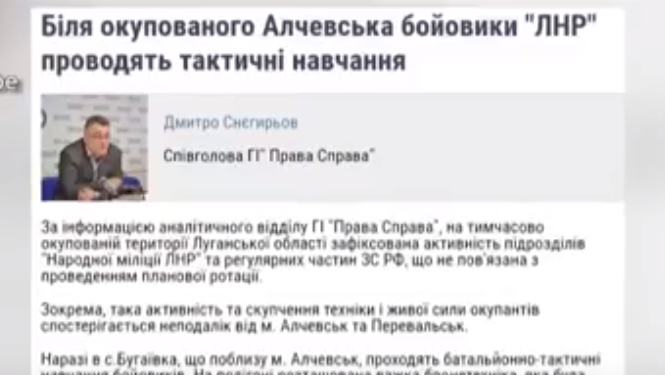
Етап *оприлюднення*:два огляди стали частиною програми “Події”, що виходила о 19:00 на телеканалі “ЛОТ”, яке згодом стало частиною телеканалу “UA:Донбас”. Програма повторювалася наступного ранку о 7:30.

Отже, під час роботи над трьома телевізійними оглядами ми здійснили всі етапи, передбачені технологією підготовки й виготовлення такого журналістського жанру.

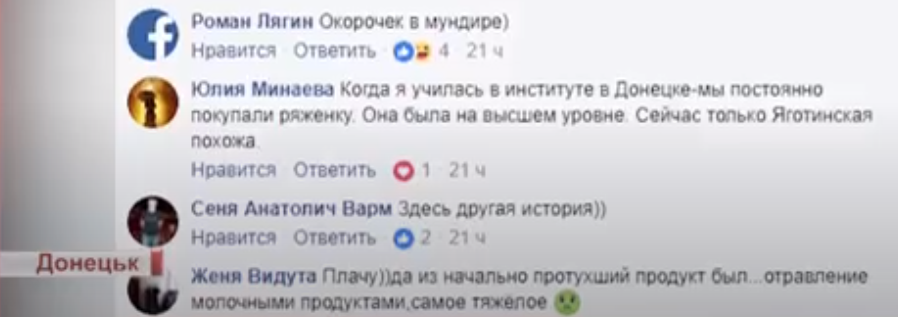
2.3. Використання відеоредактора

Після написання сценарію й відбору фото- й відеоматеріалу починається робота з начитки, монтажу, накладання музики й графічного оформлення оглядів. Для цього ми послуговувалися програмою Adobe Premiere Pro – професійною програмою “нелінійного відеомонтажу компанії [Adobe Systems](https://uk.wikipedia.org/wiki/Adobe_Systems" \o "Adobe Creative Suite)” [33]. Процедури *начитки закадрового тексту й накладання музики* здійснювалися нами самостійно, для двох оглядів в студії “ЛОТу”, для третього – у польових умовах.Начитаний текст “чиститься” по звуку, тобто видаляються вдихи, усі шуми.

Після начитки відбувається монтаж – “добір і з’єднування окремих частин фільму, літературного або музичного твору і т. ін. в одне художнє та змістове ціле” [17]. Оскільки оглядами не передбачалося власних зйомок, то ми використали скріншоти матеріалів онлайн-медіа, котрі стали джерелами оглядів (скріншот 1): аматорські відео, узяті з хостингу YouTube (скріншот 2); відео, розміщені на “республіканських” інформаційних каналах (скріншот 3); фрагменти з трейлеру українського кінофільму “Позивний «Бандерас»” (скріншот 4).



Скріншот 1. Приклад матеріалів онлайн-медіа, котрі стали джерелами оглядів.



Скріншот 2. Приклад аматорського відео, узятого з хостингу YouTube.



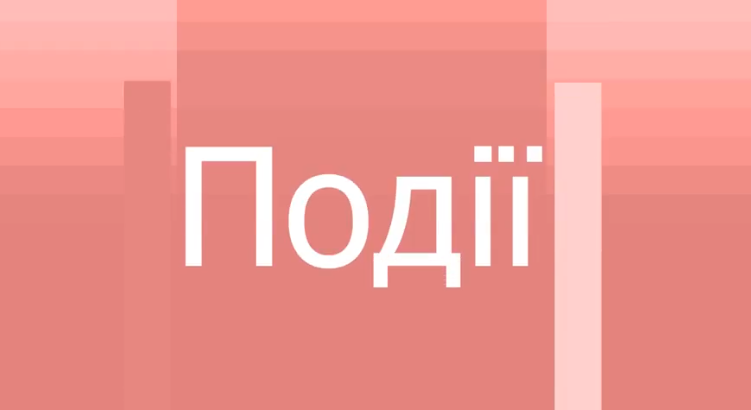
Скріншот 3. Приклад відео, розміщеного на “республіканських” інформаційних каналах.

На скріншотах 2, 3, 4 видно, що в оглядах використовувалися титри – написи, що подають уточнюючу інформацію до зображення, наприклад, місце зйомки, джерела матеріалу.



Скріншот 4. Кадр із трейлеру українського кінофільму “Позивний «Бандерас»”, фрагменти якого ужито при монтажі огляду.

Для того щоб підкреслити, що перші два огляди транслювалися на каналі “ЛОТ”, а третій в ефірі не був, ми використали різні заставки, які відділяють кожну із трьох новин у кожному матеріалі (порівн. скріншоти 5 і 6).

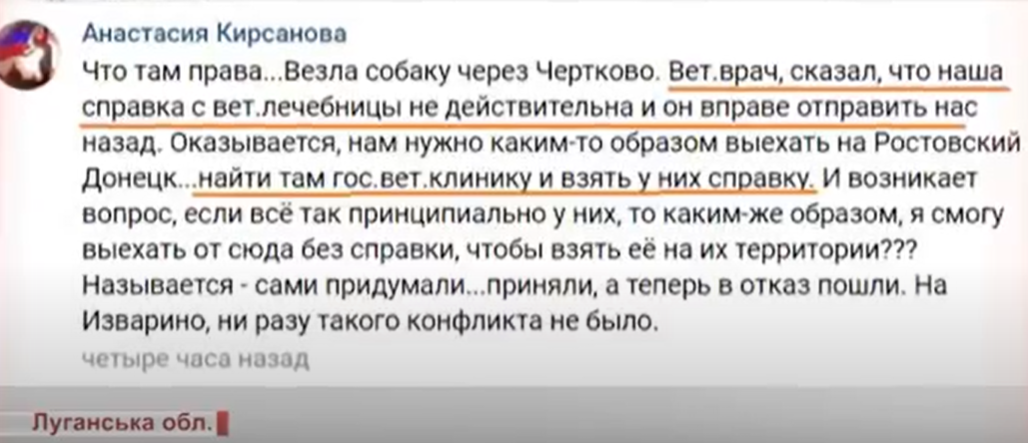


Скріншот 5. Приклад заставки в оглядах, Скоіншот 6. Приклад заставки в оглядах,

що демонструвалися. що не демонструвався.

Комп’ютерна графіка була використана в першому огляді для акцентування важливого уривку тексту (скріншот 7).

Крім монтажу й редагування начитаного тексту, програма Adobe Premiere Pro якнайкраще підходить для музичного оформлення відеопрограми – вибору фону за звуком й фону для відео.



Скріншот 7. Приклад використання комп’ютерної графіки

Таким чином, використання професійної програми – відеоредактора Adobe Premiere Pro – для накладання звуку й монтування, з одного боку, полегшує роботу медійника, а з іншого – допомагає підсилити візуальну подачу матеріалу.

Висновки до розділу ІІ

Метою трьох оглядів стало висвітлення подій, що відбуваються на тимчасово не підконтрольній українській території, протиставляючи їх об’єктивний показ тому, як висвітлюються життя в “ЛНР” і “ДНР” російськими й “республіканськими” телеканалами. Відповідно в роботі такий медіа продукт розцінено як контрпропаганду.

Огляди відносяться до спеціалізованих (тематичних), оскільки стосуються однієї теми; за способом мовлення – до оглядів монологічного характеру, оскільки в низ відсутнє обговорення зі співрозмовниками; а також до оглядів ЗМІ.

Джерелами для проєкту стали українські онлайн-медіа “Трибун”, “Права справа”, “Укрінформ”, “Главком”, “Гордон” та “Новинарня”, “Інформаційний спротив”, “Дзеркало тижня”. Для відеоряду були використані аматорські відео, узяті з хостингу YouTube; відео, розміщені на “республіканських” інформаційних каналах; фрагменти з трейлеру українського кінофільму “Позивний «Бандерас»”.

Два огляди стали частиною програми “Події”, що виходила о 19:00 на телеканалі “ЛОТ”. Програма повторювалася наступного ранку о 7:30.

Телевізійні огляди мають нелінійний монтаж, для роботи над яким, як і начитки, накладання музики й графічного оформлення, найбільш зручною є програмою Adobe Premiere Pro.

Журналістська робота полягала у відборі джерел для оглядів, доборі фото- і відеоматеріалів, начитки тексту, монтування, роботі з титрами й комп’ютерною графікою.

ВИСНОВКИ

Створення оглядів пропагандистського характеру передбачало опрацювання теоретико-методологічної бази. У першому розділі проаналізовано журналістикознавчі праці О. Князєва, С. Гуревича, В. Здоровеги, Г. Кривошеї, Г. Мельника, І. Михайлина, А. Москаленка, М. Подоляна, А. Тепляшної, В. Цвіка, А. Яковця та ін. Предмет дослідження зумовив звернення до розвідок Г. Почепцова, О. Зозулі, Ю. Сабадаш і С. Пахоменко, І. Малик та ін., а також до матеріалів журналістів-практиків – медійників громадської організації “Детектор медіа” та Інституту масової інформації.

Під пропагандою у роботі мається на увазі **цілеспрямоване формування особливої картини світу, яка спонукає суспільство на конкретні дії, що вимагаються від нього. Специфічними рисами пропаганди визначено безальтернативність інтерпретації реальності; централізованість, організаційна структура, цільність, безперервність комунікації; вплив на емоції реципієнтів.**

Проєкт складається із трьох оглядів без назв, два з яких транслювалися в ефірі телеканалу “ЛОТ” (програма “Події”). Огляди покликані висвітлювати події з життя “республік”, які не показують на російських і “республіканських” телеканалах. Тому медіапродукти розцінені як контрпропагандистські, тобто такі, які спрямовані проти ідеологічної [пропаганд](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0)и супротивника: огляди транслюють негатив, тобто покликані сформувати негативне ставлення до самопроголошених “республік” та їхніх очільників, дискредитувати їх, навіяти почуття неприязні й відрази; підривають довіру до “ЛНР” і “ДНР”, применшують авторитет їхніх керівників через використання словесної маніпуляції (*так званий, самопроголошений, фейковий* тощо).

Представлений проєкт ідейно продовжує такі телепрограми, як “Гражданская оборона” та “Антизомбі” (телеканал [ICTV](https://uk.wikipedia.org/wiki/ICTV)) і “[Вєсті Кремля](https://www.youtube.com/playlist?list=PL9o6bQUWYNvJavl_4DlhRGT2mqJ-RGFWZ)” (“24 канал”), котрі розкривають глядачам завуальовані за гучними медіарупорами факти і брудні таємниці так званої “великої політики”, висміюють події російського життя, абсурдність дій російських можновладців, показують реальну політику Кремля.

Огляди віднесено до спеціалізованих (тематичних), оскільки вони стосуються однієї теми – висвітлення подій на тимчасово окупованих територіях; за способом мовлення – до оглядів монологічного характеру, оскільки в них відсутнє обговорення зі співрозмовниками; а також до оглядів ЗМІ. Джерелами для оглядів стали: для першого огляду – рубіжанське інтернет-видання “Трибун”, ресурс “Права справа”, для другого – інформаційне агентство “Укрінформ”, інформаційна агенція “Главком”, для третього – інтернет-ЗМІ “Гордон” та “Новинарня”, сайт проєкту “Інформаційний спротив”, інформаційно-аналітичне медіа “Дзеркало тижня”. В усіх оглядах джерела інформації зазначаються.

Для начитки, монтажу, накладання музики й графічного оформлення оглядів була використана програма Adobe Premiere Pro, котра, з одного боку, полегшує роботу медійника, а з іншого – допомагає підсилити візуальну подачу матеріалу.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Антизомбі. Вікіпедія: вільна енциклопедія: сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D1%96>
2. Антизомби. Выпуск 1 – Какими были бы российские новости без Украины // YouTube: відеохостинг. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sDgoXE08NIo>
3. Воєнна доктрина України. Указ Президента України № 555/2015 від 24 вересня 2015 року // Верховна Рада України: сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555/2015#Text
4. Долженкова І. “А чьо там у кацапів?” // MediaSapiens: сайт. URL: https://ms.detector.media/mediakritika/post/13272/2015-05-19-a-cho-tam-u-katsapiv/
5. Голопатюк Л. С., Тимошенко Р. І. Визначення та аналіз особливостей складових сучасних воєнних конфліктів. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpcvsd\_2017\_1\_6
6. Голуб О. Методи впливу пропаганди та протидія їм // Інститут масової інформації: сайт. URL: https://imi.org.ua/monitorings/metody-vplyvu-propagandy-ta-protydiya-nym-i30638
7. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручн. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
8. Зозуля О. С. Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики. *Державне управління: теорія та практика*. 2013. № 2. С. 82–89. URL: http://www.nbuv. gov.ua/j-pdf/Dutp\_2013\_2\_12.pdf
9. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа: учеб. пособ. Бишкек: КРСУ, 2001. URL: http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm
10. Колыма, одноногий бандит, ижевские патриоты и другие ненужные украинскому зрителю новости // DetectorMedia: сайт. URL: https://detector.media/smotrovaya/article/161364/2015-03-27-kolyma-odnonogyy-bandyt-yzhevskye-patryoty-y-drugye-nenuzhnye-ukraynskomu-zrytelyu-novosty/
11. Кривошея Г. П. Теорія і практика журналістики : навч. посібник / Г. П. Кривошея. Київ: Видавництво національного авіаційного університету, 2007. 220 с.
12. Литвиненко О. В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії: монографія. Київ: ВКФ “Сатсанга”, 2000. 222 с.
13. Малик І. Механізми протидії негативним впливам інформаційної пропаганди. *Політичні науки*. 2015. Т. 1. № 2. С. 47–53.
14. Михайлин І. Л. Журналістика: словник-довідник. Київ: Вид. дім “Академвидав”. URL: http://politics.ellib.org.ua/pages-9023.html
15. Михайличенко А. Контрпропаганда в українських ЗМІ, реалії сьогодення. URL: за https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/a.\_mykhailichenko\_counter-propaganda\_in\_the\_ukrainian\_media\_the\_reality\_of\_today.pdf
16. Мойсеєв В. В. Журналістика і журналісти: громадсько-політичне видання. Київ: Вид. дім “Дакор”. 354 с.
17. Монтаж // Словник української мови: в 11 томах. URL: http://sum.in.ua/s/montazh
18. Новини України: Шарій залишився без статусу біженця, а Зеленський пообіцяв відкрити президентський університет // Obozrevatel: сайт. URL: [https://news.obozrevatel.com/ukr/society/novini-ukraini-sharij-zalishivsya-bez-statusu-bizhentsya-a-zelenskij-poobitsyav-vidkriti-prezidentskij-universitet.htm?\_ga=2.80674388.2138716136.1622440264-859196107.1621601142&\_gl=1\*1r2smjl\*\_ga\*ODU5MTk2MTA3LjE2MjE2MDExNDI.\*\_ga\_JBX3X27G7H\*MTYyMjQ5MDgwNi4yNS4xLjE2MjI0OTA4NjQuMA](https://news.obozrevatel.com/ukr/society/novini-ukraini-sharij-zalishivsya-bez-statusu-bizhentsya-a-zelenskij-poobitsyav-vidkriti-prezidentskij-universitet.htm?_ga=2.80674388.2138716136.1622440264-859196107.1621601142&_gl=1*1r2smjl*_ga*ODU5MTk2MTA3LjE2MjE2MDExNDI.*_ga_JBX3X27G7H*MTYyMjQ5MDgwNi4yNS4xLjE2MjI0OTA4NjQuMA)..
19. Огляд (журналістика) // Вікіпедія: вільна енциклопедія: сайт. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4\_(%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0)
20. Панич О. Журналістика і пропаганда // DetectorMedia: сайт. URL: https://detector.media/community/article/136078/2018-03-28-zhurnalistyka-i-propaganda/
21. [Почепцов Г. Г.](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=REF&P21DBN=REF&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9F%D0%BE%D1%87%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%BE%D0%B2%20%D0%93$) Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований. Ровно: Волин. обереги, 1999. 350 c.
22. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. Москва: Центр, 2003. 339 с.
23. Пропаганда // Большая советская энциклопедия онлайн: сайт. URL: http://bse.sci-lib.com/path017018016017.html
24. Сабадаш Ю., Пахоменко С. Сучасні мас-медіа як засоби пропаганди та контрпропаганди (на прикладі конфлікту на Донбасі). *Дилема війни/миру в постгуманному світі*: зб. наук. пр. (за матеріалами міжрегіонального науково-практичного семінару із міжнародною участю, 28-29 квітня 2017 року, м. Житомир) / За ред. О. П. Поліщук, Б. Троха, М. А. Журби та ін. Житомир, 2017. С. 17–18.
25. Свечникова С. В. Образ фашистской Италии в национал-социалистической пропаганде: механизм воздействия на немецкое общество. 1933 – 1939. Москва, 2006. URL: https://www.dissercat.com/content/obraz-fashistskoi-italii-v-natsistskoi-propagande-mekhanizm-vozdeistviya-na-nemetskoe-obshch
26. Телевизионная журналистика: учеб. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению и специальности “Журналистика” / Редакц. колл.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. 4-е изд. Москва: Высшая школа, 2002. URL: http://evartist.narod.ru/text6/32.htm
27. У понеділок, 15 червня, о 21:00 на телеканалі Еспресо.TV стартує суспільно-політична сатирична програма // Еспресо: сайт. URL: https://espreso.tv/news/2015/06/12/na\_espresotv\_startuye\_quotkhunta\_nyuzquot
28. Феллоуз Эрвин В. “Пропаганда”: история слова // Киберленинка: сайт. URL: https://cyberleninka.ru/search?q=%D0%A4%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%BE%D1%83%D0%B7%20%D0%AD%D1%80%D0%B2%D0%B8%D0%BD%20%D0%92.%20%E2%80%9C%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%E2%80%9D%3A%20%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%20%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20&page=1
29. Фісенко Т. В. Пропаганда як складник гібридної війни. *Інформаційне суспільство.* 2017. Вип. 25. С. 41–48.
30. “Хватит мямлить! Время говорить правду!”. Канал “24” запускает “Вєсті Кремля” // DetectorMedia: сайт. URL: https://detector.media/novosti/article/161197/2015-03-11-khvatyt-myamlyt-vremya-govoryt-pravdu-kanal-24-zapuskaet-viesti-kremlya/
31. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: учеб. пособ. Москва: Изд. дом ООО “Видавництво Юніті-Дана”, 2008. 286 с.
32. Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: посібн. 2-ге вид., доповн. і переробл. Київ: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2009. 262 с.
33. Adobe Premiere Pro / Вікіпедія: вільна енциклопедія: сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Adobe\_Premiere\_Pro

SUMMARY

to the bachelor's project of the student Rybalchenko Oleksandr

topic: "Propaganda during Combat Operations (ATO / JFO)"

The bachelor's project is dedicated to the creation of television reviews on propaganda topics, which determine the role of this genre in modern military conflict. The following issues were discussed in this paper: specific features of television review, propaganda as an integral part of the hybrid war, the idea of television reviews of counter-propaganda. The modern Ukrainian media space on the use of this genre has been studied.

The project consists of three untitled reviews. They are specialized (thematic) because they relate to one topic – coverage of events in the temporarily occupied territories. According to the method of speech, they can be attributed to reviews of a monologue nature, because they do not have a discussion with interlocutors; as well as media reviews. The reviews are directed against the ideological propaganda of the enemy, they are designed to form a negative attitude towards the self-proclaimed "republics" and their leaders, to discredit them, to instill feelings of hostility and disgust.

Reports use nonlinear editing. This was done using the Adobe Premiere Pro video editor. Remote, general, medium and large types of plans are involved. Two television reviews were broadcast on the LOT channel in the "Events" program.

The total volume of the explanatory note is 34 pages and 33 sources.