

Міністерство освіти й науки України  
Національний університет «Острозька академія»  
Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарного менеджменту  
Кафедра журналістики та PR менеджменту

Кваліфікаційна робота

На здобуття освітнього ступеня магістра на тему:

**«Інформаційно-просвітницький проєкт «Телеграм-канал «Пропаганда в  
радянському кіно»: особливості реалізації та поширення»**

Виконала студентка 2 курсу  
групи ЗМЖ-21, спеціальності «Журналістика»  
Зеленьова Ганна Володимирівна

Науковий керівник: кандидат наук із  
державного управління, доцент кафедри  
журналістики та PR менеджменту НаУОА  
Штурхецький Сергій Володимирович

Рецензент: доктор філологічних наук,  
професор кафедри філософії та  
культурного менеджменту  
Янковська Жанна Олександрівна

Допущено до захисту

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Шулик Р. Т.

Острог-2024

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ: СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК.....	8
1.1. Медійний контекст за часи війни і загальна характеристика Telegram .....	8
1.2. Створення та розвиток Telegram каналу.....	11
1.3. Безпека Telegram каналу в умовах російсько-української війни .....	23
2.1. Історія створення, структура та функції агітпропу в срср.....	26
2.2. Постать Олександра Довженка як режисера радянських фільмів .....	33
2.3. Приклади та аналіз антиукраїнських наративів у фільмах Олександра Довженка.....	39
2.4. Практика створення телеграм-каналу «Пропаганда у радянському кіно».....	47
РОЗДІЛ III. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВЕДЕННЯ ВЛАСНОГО ТЕЛЕГРАМ- КАНАЛУ .....	66
3.1. Місце та роль телеграм-каналу «Пропаганда у радянському кіно» в інформаційному полі .....	66
3.2. Принципи формування контенту та взаємодія з аудиторією .....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:.....	72
ДОДАТКИ.....	81

## ВСТУП

### Актуальність проєкту

В 2024 році, коли минуло 33 роки від розпаду срср, у сучасній соцмережі Фейсбук, про яку не могло йтися при залізній завісі, можна цілком і повністю поринути у світ колишнього радянського союзу. Для цього потрібно лише стати гостем або учасником однієї з численних, а нараховано їх більше 100, груп у соцмережі Facebook, присвячених срср.

Провівши власне дослідження (Дод.1) таких груп в рамках проходження переддипломної практики, виявлено, що люди досі цікавляться радянським кіно. А отже, на них має вплив і радянська пропаганда. За результатами опитування Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва (проводилося з 13 по 21 грудня 2022 року), кількість українців, які підтримують розпад срср, зросла в порівнянні з 2020 роком.

Так, 73% респондентів позитивно оцінюють розпад радянського союзу, ще 12% ставляться до події негативно, не визначилися — 15%. В опитуванні взяли участь більше 2000 респондентів від 18 років. У 2020 році позитивно оцінювали розпад срср 49% українців, а 32% жалкували за ним, при чому на півдні та сході України негативна оцінка розпаду срср переважала.

Як свідчать результати опитування, яке провів майже в той же період (з 16 по 18 грудня 2022 року) російський Фонд «Громадська думка», 63% росіян шкодують про розпад срср. Більшість з них — старше покоління. 80% росіян вважають радянську епоху скоріше хорошим часом, що включає і молодь, яка не застала радянську епоху.

Згідно опитування, третя частина українців у 2020 році жалкували за розпадом срср.

«Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» зумовлена потребою в розумінні впливу кінематографа на свідомість людей, а також важливістю критичного аналізу пропагандистських підходів, які залишаються актуальними й сьогодні.

У сучасному світі, де інформація стає все більш доступною, збільшується інтерес до критичного аналізу минулого. Радянське кіно, яке відіграло значну роль у пропагандистських кампаніях тодішньої держави, представляє великий інтерес для дослідників, істориків та людей, які прагнуть краще зрозуміти механізми впливу ідеології через кіномистецтво.

Проект допомагає розвивати критичне мислення та пропонує освітню цінність в сучасному інформаційному середовищі.

**Об'єкт проєкту:** новостворений телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно».

**Предмет проєкту:** особливості реалізації та поширення телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно».

**Мета:** дослідити теоретичні та практичні особливості реалізації та поширення телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно».

**Завдання:**

- розглянути теоретичні аспекти телеграм-каналу: створення та розвиток;
- охарактеризувати практичні аспекти телеграм-каналу;
- надати рекомендації щодо ведення власного телеграм-каналу.

**Огляд джерельної бази дослідження:**

Теоретичну основу дослідження становлять книги, наукові праці і статті, матеріали з інтернет-ресурсів.

Маркетинг в Telegram розглядають такі спеціалізовані Інтернет-ресурси, як SendPulse ([sendpulse.ua](http://sendpulse.ua)), ITForce ([itforce.ua](http://itforce.ua)), Para School ([para.school](http://para.school)).

Зокрема, на ресурсі Спека-Медіа ([speka.media](http://speka.media)) Team Lead of Telegram Promotion в агентстві Netpeak Ukraine А. Гембарський дає рекомендації з визначення концепції Telegram-каналу, його оформлення, пошуку контенту та просування платформи [17].

Головний редактор Спека-Медіа С. Коноплицький детально розповідає про те, як монетизують Telegram-канали в Україні [35].

Як підключити реакції, урли та коментарі в Телеграм та де подивитись статистику каналу розповідає фахівець ресурсу ITForce ([itforce.ua](http://itforce.ua)) [25].

Просвітницький та безпековий аспекти платформи Telegram розглядають Журналістська академія (jta.com.ua), Інститут масової інформації (imi.org.ua), Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України (сір.gov.ua), Детектор-Медіа (detector.media), CyberLab [27].

Кінематограф радянської доби і пропаганду в кіно досліджують в своїх наукових працях Ількович В.М., Сахно О.В., Самойленко Т.І., Семеній А.О.

В своїй праці Ількович В.М. аналізує становище українського радянського кінематографу крізь призму державно-партійних заходів в сфері кіно [33].

У своїй статті Самойленко Т.І. аналізує питання, пов'язані з діяльністю кіномитців у період становлення тоталітарного режиму. Розкрито механізми використання кіномистецтва як інструменту ідеологічного впливу на суспільство [56].

Автор Семеній А.О. досліджує український кінематограф як засіб пропаганди історичної пам'яті у 1956-1991 рр. та образ ворога у радянському кіно 1919-1939 рр. Аналізує основні теми радянської пропаганди історичної пам'яті, а також риси її впливу на український кінематограф. На прикладі значущих художніх кінострічок, таких як фільм «Павло Корчагін» (1956 р.) режисерів О. Алова та В. Наумова, досліджується формування й трансформація образу «ворога» в українському радянському кіно. Окрему увагу приділено напрямкам кінопропаганди, спрямованим проти зовнішніх, внутрішніх і прихованих ворогів, а також антирелігійній риторичі [58], [59].

Про постать та творчість режисера О.П. Довженка писали Гриневич В., Трейтяк О.М., Шаповал Ю.

У статті Гриневич В. [18] висвітлено особисту трагедію видатного українського кінодраматурга О.П. Довженка, а також проаналізовано особливості еволюції його світоглядних поглядів на основі матеріалів «Щоденника» за період 1941–1956 років.

В своїй книзі «Непрощений Олександр Довженко і комуністичні спецслужби» [65] автор Ю. Шаповал досліджує особистість митця,

розрізняючи його особисте життя і творчість, характер, талант і спадщину, частина якої працювала на тоталітарний режим. Досліджує питання, чому і як так сталося.

#### **Наукова новизна:**

Створено новий телеграм-канал інформаційно-просвітницького характеру, пов'язаний з пропагандою в кіно. Таким чином, актуалізовано тему пропаганди в контексті сучасних інформаційних та гібридних війн. Виділено певні меседжі, направлені на викриття методів пропаганди, в окрему платформу.

#### **Методи дослідження:**

Аналіз та синтез інформації (структурування інформації, створення та реалізації власного телеграм-каналу). Історичний метод (ретроспектива теми телеграм-каналу). Метод експерименту (поширення телеграм-каналу на різних платформах).

#### **Практичне значення отриманих результатів:**

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» допомагає переосмислити спадок радянського кіно і його вплив на сучасні підходи до пропаганди та маніпуляцій у медіа.

Матеріали роботи та публікації Телеграм-каналу можуть бути використані як роздатковий та методичний матеріал під час вивчення дисциплін, пов'язаних з медіаграмотністю.

#### **Апробація роботи:**

Монографія. Зеленьова Г.В. «Приклади та аналіз антиукраїнських наративів у фільмах Олександра Довженка». Участь в проєкті «Наукова мультидисциплінарна колективна монографія «SCIENCE AND INNOVATION IN THE MODERN WORLD» від International center for science and social transformation.

Участь в конференції «Дні науки-2024» (13-17 травня) в НаУ «Острозька Академія». Секція «Актуальні проблеми журналістики та соціальних

комунікацій». Доклад на тему «Приклади та аналіз антиукраїнських наративів у фільмах Олександра Довженка».

### **Структура роботи:**

Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи 116 сторінок. Основний зміст викладено на 70 сторінках.

У першому розділі йдеться про теоретичні засади створення та просування Телеграм-каналу: ситуація з медіакommунікаціями під час війни — як змінились медіа; алгоритм створення Телеграм-каналу, створення дописів, особливості оформлення каналу, методи просування каналу, безпековий аспект.

У другому розділі описана радянська пропаганда в кінематографі, зокрема фільмів О. Довженка, про його особистість, історію, структуру та функції підрозділу пропаганди в срср; наведено приклади та проаналізовано антиукраїнські наративи. Також міститься опис практичних аспектів роботи над власним проєктом, телеграм-каналом «Пропаганда в радянському кіно».

Розглянуто аспекти управління Telegram-каналами та ризики, які можуть виникати під час реалізації заснованої платформи в сучасному медіаконтексті.

Третій розділ присвячений рекомендаціям власникам телеграм-каналів на прикладі цього створеного каналу в Телеграмі: вплив каналу на інформаційне поле, особливості контент-плану та аспекти взаємодії з підписниками.

## РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ: СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК

### 1.1. Медійний контекст за часи війни і загальна характеристика Telegram

За часи повномасштабного російського вторгнення в Україну велика кількість міст України зазнали значних руйнувань, тимчасово окупованих росією з 2014 року територій стало більше, за кордон мігрували мільйони людей, загинули десятки тисяч українців.

Після 24 лютого 2022 року в країні кардинально змінилися всі сфери суспільного життя, в тому числі і сфера медіа. У перші місяці війни 30% редакцій відправили працівників у неоплачувані відпустки; 32% редакцій скоротили штат; 25% з них працювали без зарплати, а 40% редакцій зменшили зарплату і збільшили навантаження (Національна спілка журналістів України, 2022) [39], [63].

Бойові дії та падіння економіки призвели до закриття низки медіа. Кожна третя редакція локальних медіа та 15% телерадіомовників призупинили свою діяльність ще на початку повномасштабного вторгнення [24].

Аудиторія медіа у пошуках важливої та оперативної інформації про події в країні також суттєво змінила свої інформаційні пріоритети. Якщо на початку повномасштабного вторгнення росії для українців важливим джерелом інформації про події був телевізійний «Єдиний марафон», то через декілька місяців аудиторія перейшла в соцмережі.

За результатами опитування Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), у травні 2022 року, 76,6% українців користувалися соцмережами для отримання новин, тоді як телебаченням – 66,7% [49].

На третьому місці — інтернет (не включаючи соціальні мережі) — 61,2% користувачів. Радіо наразі слухають близько 28,4% громадян України, а друковані ЗМІ читають лише 15,7% опитаних.



Опитування, проведене КМІС у липні 2022 року, підтвердило цю тенденцію. Опитування USAID-Internews, презентоване у листопаді 2022 року, показало ще більший розрив між соцмережами та телебаченням [24]. Так, за результатами цього дослідження, 74% респондентів для отримання новин користуються соцмережами, тоді як телебаченням — лише 36%, новини на сайтах читають 42% опитаних, а у друкованих ЗМІ — лише 3%, радіо слухають 11% [24].

Серед соцмереж найбільшою популярністю в Україні станом на сьогодні користується Telegram. За результатами травневого опитування КМІС, 65,7% опитаних читають новини у цій соцмережі. Використовують YouTube з цією метою 61,2% опитаних, Facebook – 57,8%. Ці дані корелюють із результатами опитування USAID-Internews, згідно з якими 66% використовують Telegram для отримання новин [24].

Telegram залишається одним найпопулярніших (разом з Viber) застосунком для обміну миттєвими повідомленнями в Україні і згідно з дослідженнями Kantar Ukraine. Telegram використовують щодня 88% українців. Найбільшу частку аудиторії Telegram становить молодь віком 18-29 років (91%) [35].

Популярність месенджера частково пояснюється швидким впровадженням нових функцій. Telegram пропонує цілісну екосистему, що охоплює повідомлення, канали, чати й ботів. За даними Statista, 80% користувачів Telegram отримують у ньому новини про події в світі.

Платформа Telegram створена в 2013 році росіянином Павлом Дуровим як експериментальний проєкт. Засновник позиціонував його як найбільш захищений месенджер серед усіх наявних. Це стало причиною стрімкого зростання кількості користувачів, особливо в країнах з обмеженим або заблокованим доступом до вільних медіа [8].

Експерти відзначають, що популярність Telegram в Україні почала зростати після того, як в 2017 році були заблоковані російські соцмережі VK та «Однокласники».

Реагуючи після 24 лютого 2022 року на нові інформаційні виклики та потребу в оперативній та інтенсивній комунікації з населенням, органи влади в Україні переїхали в Telegram, куди перемістилася значна частина української аудиторії.

За результатами соціологічного опитування, проведеного КМІС у грудні 2022 року, 63,3% українців почали читати телеграм-канали для отримання новин саме після 24 лютого 2022 року, тоді як до повномасштабного вторгнення таких було лише 35,9% [16].

*Класифікують Telegram канали за:*

- 1) тематикою (новинно-політичні та розважальні);
- 2) за прозорістю джерел (офіційні та анонімні);
- 3) за принципом роботи з інформацією, зокрема в питаннях дотримання стандартів (медійні та немедійні).

Після повномасштабного вторгнення 2022 року в Україні докорінно змінився весь суспільний уклад, в тому числі і медіагалузь. Кожна третя частина локальних медіа та 15% телерадіомовників вимушено призупинили діяльність.

Це в свою чергу вплинуло на поведінку аудиторії: користувачі медіа у пошуках важливої та оперативної інформації про події в країні перемістилися на інші медіаплатформи. Так, вже в травні 2022 року, 76,6% українців для отримання новин користувалися соцмережами.

Telegram залишається одним найпопулярніших застосунком (поруч з Viber) в Україні. Ним для обміну повідомленнями користуються щодня 88% українців, серед яких лєвова частка (91%) — молодь від 18 до 29 років. 65,7% користувачів Telegram черпають звідти новини.

Застосунок популярний через простоту у використанні.

Telegram засновано в 2013 році. Його ініціатор позиціонував його як найбільш захищений месенджер серед усіх наявних.

## **1.2. Створення та розвиток Telegram каналу**

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» обрано як тему для медіапроєкту через її актуальність у сучасних інформаційних та гібридних війнах. А також вивчення, як впливають ідеологічні інструменти на формування свідомості суспільства і який мисленевий спадок українцям дістався після розпаду срср.

Радянське кіно було одним із найсильніших, через свій м'який вплив, інструментів пропаганди ХХ століття. Це мистецтво, яке цілком і повністю працювало та політичну ідеологію.

Дослідження теми радянської пропаганди і її впливу на свідомість людей знайшло прояв у форматі медіапроєкту Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно». Збір, аналіз та подача певної інформації у вигляді текстового та візуального контенту дозволить підписникам краще зрозуміти, як кінематограф використовувався для просування політичних ідей, формування образу «ворога», популяризації цінностей соцреалізму та контролю за суспільними настроями.

Наративи з радянського кінематографа глибоко вкорінилися в підсвідомості глядачів. Цілі покоління, зокрема, українців зростали на фільмах про героїзм та подвиги, про єдиний народ, велику могутню російську імперію. Справжньою метою, хоча й фоном до цих наративів, завжди було знецінення української нації.

Це продовжувалося десятиліттями, з моменту заснування срср та як невід'ємної частини його розвитку і зростання впливу — органу агітаційної пропаганди. Міфотворчістю через кіно займалися митці за наказом державних органів.

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» має на меті дати можливість підписникам критично аналізувати культурну кіноспадщину та

оцінити вплив пропагандистських методів на своє мислення, зрозуміти наративи та навчитися їх виокремлювати. Канал як платформа — внесок у нині популярну тему медіаграмотності населення. Крім того, тематика каналу може бути зацікавити любителів історії, студентів гуманітарних спеціальностей, кіноманів та всіх, хто цікавиться культурними аспектами минулого і їхнім впливом на сучасність.

Платформа Telegram-каналу «Пропаганда у радянському кіно» має на меті розв'язання низки актуальних питань, спрямованих на формування обізнаного та свідомого суспільства:

1. Викриття наративів у радянському кіно. Канал допоможе розкрити приховані ідеологічні меседжі та пропагандистські стратегії, які були використані в радянському кінематографі. Аналіз цих наративів сприятиме розумінню, як культура та мистецтво ставали інструментами контролю та впливу на свідомість глядачів.

2. Відновлення національної гідності. Усвідомлення маніпуляцій, яким піддавалися українці за часів радянського союзу, сприятиме піднесенню національної самоповаги. Критичний погляд на радянську спадщину допоможе переосмислити власну історію та відчуті цінності незалежності України.

3. Підвищення рівня медіаграмотності. Аналіз радянського кіно сприятиме розвитку критичного мислення українців. Підписники зможуть навчитися розпізнавати маніпулятивні прийоми в інформаційному просторі, що є важливим для захисту від сучасних інформаційних загроз.

4. Ознайомлення з історичною кіноспадщиною. Платформа створює можливість краще зрозуміти кіноісторію, її особливості, творчі досягнення та культурний контекст. Це сприятиме збереженню пам'яті про історію кіномистецтва та його роль у формуванні світогляду суспільства.

5. Правдиві факти про митців. Канал висвітлюватиме долі режисерів, сценаристів та акторів, які стали жертвами або заручниками тоталітарної

системи. Історії про їхню творчість та життя допоможуть зрозуміти вплив радянської влади на мистецьке середовище та вибір митців.

Таким чином, Telegram-канал «Пропаганда у радянському кіно» може стати платформою для поглиблення знань, формування критичного погляду на минуле та збереження культурної пам'яті.

Для медіапроєкту «Пропаганда у радянському кіно» було обрано платформу Telegram з огляду на її численні переваги, які відповідають цілям і завданням проєкту:

### **Легкість використання**

Telegram є однією з найбільш зручних платформ для створення та управління каналами. Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс дозволяє без складнощів налаштувати роботу з контентом, регулярно публікувати матеріали та взаємодіяти з аудиторією. Вбудовані інструменти Telegram, такі як планування публікацій, створення опитувань і аналітика взаємодії, значно полегшують адміністрування каналу. Це дозволяє зосередитися на створенні якісного контенту, не витрачаючи зайвий час на технічні аспекти.

### **Популярність платформи в Україні**

Telegram є одним із найбільш затребуваних месенджерів серед українців. За даними дослідження Kantar Ukraine, 88% українців використовують Telegram щодня, що забезпечує велику потенційну аудиторію для проєкту. Найактивнішою віковою групою користувачів є молодь 18-29 років, яка становить понад 90% від загальної кількості. Ця статистика вказує на значний рівень зацікавленості та потенційної залученості саме тієї аудиторії, яка найбільше схильна до сприйняття нової інформації та підвищення медіаграмотності.

### **Можливість взаємодії з іншими каналами**

Telegram надає гнучкі можливості для співпраці з іншими каналами, тематично близькими до проєкту. Це може бути як платна реклама, так і взаємний піар (крос-промоція), що корисно не тільки на початкових етапах

розвитку каналу, а й протягом всього існування медіапроєкту. Взаємодія з популярними каналами дає змогу охопити ширшу аудиторію, збільшуючи впізнаваність та кількість підписників.

### **Попередній досвід автора у веденні Telegram-каналів**

У автора медіапроєкту «Пропаганда у радянському кіно» є досвід створення та розвитку іншого Telegram-каналу. Знання специфіки платформи, розуміння алгоритмів роботи з контентом і частково комунікації з аудиторією дозволить в майбутньому ефективно керувати проєктом, забезпечуючи його динамічний розвиток і стале зростання.

### **Потенціал платформи для побудови спільноти**

Telegram-канал є не лише засобом поширення інформації, а й може стати платформою для побудови спільноти однодумців. Завдяки функціям коментарів і можливості створення груп (чатів), проєкт може стимулювати обговорення, залучати користувачів до діалогу та заохочувати їх ділитися власними думками, досвідом і матеріалами. Це сприяє глибшому залученню аудиторії та перетворенню каналу на платформу для дискусій.

#### *З чого почати Телеграм-канал?*

Гембарський А., Team Lead з просування Telegram у Netpeak Ukraine, надає поради щодо визначення концепції Telegram-каналу, його дизайну, пошуку контенту та стратегії розвитку платформи [17]. Перед створенням такої платформи варто віднайти ідею/концепцію/фішку. Народжена ідея відповість на питання: навіщо це робити? Що автор прагне досягти? Це можуть бути майданчик для просування власного бренду, інформаційний канал новин, розважальний або освітній канал.

Мета втілить ідею в життя: що саме робити? А оформлення цього «що» матиме форму контент-плану із систематичними задачами, який допоможе реалізувати поставлену мету.

У складанні контент-плану, на думку фахівця з маркетингу Sendpulse Михайлюк Ю., для ефективної роботи з контентом можна використовувати

два підходи. По-перше, записувати всі ідеї для публікацій, щоб зберегти думки, які згодом можна буде доопрацювати, розширити та вдосконалити. Головне — не втратити важливу ідею. По-друге, структурувати контент за типами — інформаційний, розважальний, продавальний — і поєднувати в подальшому різні види контенту.

Універсального контент-плану не існує, адже він залежить від специфіки кожного проєкту. Наприклад, якщо Telegram-канал містить цитати, малоймовірно, що для його ведення використовуватимуть продавальний чи інформаційний контент, крім реклами від інших. Проте важливо робити так, щоб читачам не було нудно. Використовувати різноманітні формати, створювати постійні рубрики та проводити опитування. Якщо канал — особистий професійний блог, доречно додавати власну думку з різних професійних питань [43].

Telegram-канал — зручний спосіб доносити важливу та корисну інформацію до аудиторії. Його функціонал багато в чому нагадує блог чи паблік у соцмережах.

Канали у Telegram можуть бути двох видів — приватний та публічний (Дод.2).

*Приватний канал* — з обмеженим доступом, контент в якому можна побачити лише за допомогою покликання-запрошення (Дод.3). Це може робити адміністратор чи власник каналу. Він же може сам додавати підписників. Але приватний канал завжди можна зробити публічним, змінивши налаштування. Приватний формат ідеально підходить для особистого блогу, нотаток, публікацій для професійних аудиторій (співробітники компаній, факультет університету, певних груп) та комерційних цілей — учасників марафону, курсів тощо.

*Публічний канал* знаходиться у загальному доступі. Будь-які публікації у такому форматі можна переглядати без підписки.

*Алгоритм створення Telegram-каналу*

Створення Telegram-каналу — це простий процес, який не потребує спеціальних технічних навичок. Інструкції для мобільної та ПК-версій месенджера мають багато спільного, тож алгоритм підходить для обох платформ [70].

*Запуск процесу створення каналу.* У лівому стовпці у верхньому правому куті знаходиться іконка створення нового чату. Серед запропонованих варіантів слід обрати опцію «Створити канал». Це відкриє спеціальну вкладку для налаштування майбутнього каналу (Дод.4).

*Введення назви та опису каналу.* У новій вкладці з'явиться форма для введення назви каналу. Необхідно ввести назву, яка буде лаконічною та зрозумілою для аудиторії каналу. Варто додати короткий опис, що розкриватиме основну тематику чи мету каналу. Опис допоможе потенційним підписникам зрозуміти, про що канал (Дод.5).

*Вибір типу каналу.* На наступному етапі необхідно визначити, яким буде канал: приватним чи публічним.

Публічний канал: доступний усім користувачам Telegram. Його можна знайти через пошук за назвою чи URL.

Приватний канал: доступ до нього мають лише ті, хто отримав спеціальне запрошення.

Заданий унікальний URL для каналу стане візитівкою каналу і дозволить легко його поширювати (Дод.6).

*Додавання зображення та адміністраторів.* Щоб зробити канал більш впізнаваним, слід додати логотип або зображення, яке асоціюватиметься з проєктом. Також можна запросити інших людей для співпраці, додавши їх у ролі адміністраторів. Адміністратори допоможуть у модерації та наповненні каналу контентом.

*Додавання перших підписників.* Telegram дозволяє вручну додати перших підписників із числа контактів. Це може стати хорошим стартом для



популяризації каналу. Можна використати цю функцію, щоб зібрати базову аудиторію одразу після створення (Дод.7).

### *Як оформити Телеграм-канал?*

Якісне оформлення впливає на ефективність просування каналу. Назва, опис та аватар — перше, що бачить користувач при знайомстві з каналом [4].

Для назви публічного каналу обирається мову, якою говорить основна частина цільової аудиторії. Бажано використовувати ключові слова, якими канал зможуть знайти через пошук. Назва має передавати сутність, якщо не максимально чітко, то асоціативно чи натяком. Вона має бути короткою, оригінальною, яскравою та запам'ятовуватися.

Опис має максимально розкривати суть телеграм-каналу та вкластися у 255 символів. Залежно від стилю спілкування з аудиторією опис може бути серйозним чи жартівливим. Також варто додати контакти для зворотного зв'язку з підписниками або співпраці.

### *Створення дописів в Telegram каналі*

Найкращий спосіб створювати дописи за допомогою ботів. Боти — допоміжні програми для месенджерів, які допомагають виконувати різні функції через меню та команди. @ControllerBot дозволяє створювати відкладені дописи, залишати реакції та переглядати статистику каналу.

Візуально показує, як переглянути статистику каналу, К. Дьоміна, редактор Itforce, платформи з просування бізнес-проектів в інтернеті, та зазначає [25], що TGStat\_Bot надає корисну статистику для управління та розвитку Telegram-каналу, зокрема про:

Кількість підписників. Актуальна кількість осіб, що підписалися на канал, дозволяючи відстежувати динаміку зростання аудиторії.

Охоплення одного допису. Вимірює, скільки людей побачили кожен конкретний допис, що допомагає зрозуміти, як контент досягає своєї аудиторії.

Кількість переглядів за день. Демонструє загальну кількість переглядів усіх постів каналу протягом дня, даючи уявлення про активність та зацікавленість підписників.

Залученість ERR (Engagement Rate). Показник, що відображає рівень взаємодії підписників із контентом, включаючи лайки, коментарі та репости, що корисно для оцінки ефективності публікацій та їх впливу на аудиторію.

Індекс цитування. Визначає, скільки разів дописи були поширені іншими користувачами або каналами. Це показник популярності та визнання контенту серед інших Telegram-каналів.

Цю статистику можна публікувати безпосередньо у каналі, щоб забезпечити прозорість для підписників і заохотити їх до більш активної взаємодії з контентом. Вона є корисною не лише для адміністраторів, а й для потенційних рекламодавців, що можуть оцінити ефективність каналу.

#### *Як використовувати бот?*

Для початку необхідно відправити команду /add у чат з @ControllerBot (Дод.8), після чого слідувати його підказкам. Таким чином, можна створити та підключити власний бот до каналу [68].

Наступний крок: перейти в бот @BotFather, натиснути кнопку START і відправити в чат команду /newbot.

Тут необхідно назвати бот і додати йому username. Найкраще використовувати неймінг, що базується на назві каналу.

Після створення бота надіслати повідомлення в @ControllerBot або скопіювати та надіслати вихідний token бота (цифровий сертифікат для обміну повідомлення бота і користувача).

@ControllerBot — це сервіс, до якого будуть підключені всі створені додаткові канали і який допоможе створювати дописи у них.

Для ефективного та регулярного публікування контенту на каналі у Telegram, використання бота є корисним і зручним інструментом. В першу

чергу, бот надає можливість автоматизувати процес публікації та створення контенту, що зменшує необхідність постійного ручного керування.

Однією з головних переваг використання бота є інтерактивність, яка значно збільшує залучення підписників. Бот дозволяє не лише публікувати текстові дописи, але й додавати фото, відео, анімаційні гіфки (до 5 Мб), що робить контент більш динамічним та цікавим для користувачів.

Існує одна хитрість в процесі розміщення контенту. Для текстових дописів кількість символів обмежується системою. Але не завжди є доречним скорочувати допис, адаптуючи його під визначену кількість символів. Тому для збереження бажаного розміру тексту можна скористатися функцією «Прикріпити медіафайл», спочатку відправивши в бот сам текстовий допис. Після відправки медіафайлу система сама прикріпить візуальний елемент до тексту.

Завдяки інтеграції з різними функціями, бот дозволяє організовувати опитування та збирати відгуки від підписників, що значно підвищує взаємодію з аудиторією. Реакції на пости дозволяють підвищити рівень залучення, а кнопки з посиланнями надають можливість швидко перенаправляти користувачів на інші ресурси чи матеріали, що можуть бути корисними для них.

Ще однією важливою функцією є можливість запланувати публікації на певні дати та час. Це дає змогу підтримувати стабільну активність на каналі, навіть якщо немає можливості бути в мережі в конкретний момент часу. Крім того, бот надає доступ до статистики, що дозволяє відслідковувати ефективність публікацій, переглядати показники зростання підписників, кількість переглядів та взаємодій з кожним постом. Це дозволяє коригувати стратегію контенту та підвищувати ефективність каналу.

#### *Де шукати контент?*

Гембарський А., Team Lead з просування Telegram у Netpeak Ukraine, радить [17], по-перше, **виписувати все**, що стосується теми каналу.

Переглядати, про **що пишуть конкуренти**. Так, з'явиться можливість розкрити їхню тему краще, або написати під новим кутом погляду.

**Цікавитися у підписників**, питати або влаштовувати серед них голосування. Таким чином, можна краще зрозуміти їх краще, а вони, в свою чергу, побачать вплив каналу на своє життя.

Звертати увагу на **популярні соціальні мережі**: TikTok, Twitter, Instagram. На них не тільки можна знайти нові ідеї, але і круті матеріали для своїх дописів.

### *Акценти про контент в Telegram*

Треба відштовхуватися від ідеї та часу, який є змога приділити веденню каналу. Унікальність контенту важлива, коли Телеграм-канал створюється для бізнесу та особистого бренду, регулярність та швидкість публікацій — якщо новини.

Якщо канал більше у форматі хобі або розважальний, то трохи видозмінений копипаст працює, питання лише в актуальності та частоті його публікації іншими. Ідеальна тривалість відео — до 2-4 хвилини. Якщо відео довше, ніж 4 хвилини, краще додавати посилання на повну версію. Де доречно, можна лишати на матеріалах напівпрозорі ватермарки (створюються за допомогою боту @wmarkbot). Наприкінці кожного допису має бути швидка можливість підписатися (посилання) та, якщо відкрита така можливість, — контакт для співпраці.

### *Tone of voice*

Це спосіб спілкування з читачами каналу або стиль, який має бути присутній у кожному дописі. Це почерк, який прослідковується у всьому: будові речень, використанню емодзі, гуморі тощо.

### *III і Телеграм канал*

Штучний інтелект може стати в пригоді в пошуку ідей. Наприклад, можна швидко і безкоштовно знайти топ фільмів, книг або певних місць на планеті.

ШІ допоможе у створенні контенту, згенерувавши унікальний текст на задану тему, намалює образ або озвучить текст.

Поради з розвитку каналу від фахівця — у Дод. 9.

*Просування Telegram каналу*

Способи розкрутити канал в Telegram [17]:

1. Поділитися інформацією про канал з друзями. Розповісти про канал усім знайомим і їхнім друзям. Це може бути один із найбільш ефективних способів органічного поширення. Для чого можна використати особисті повідомлення або публікації, щоб заохотити людей підписатися.

2. Анонс в соціальних мережах. Тут важливо зробити текст, що продає, а не просто оголосити про існування каналу. Розказати, що буде цікавого, що користувачі знайдуть на каналі, чому саме цей канал варто читати. Необхідно зазначити, як часто плануються публікації нових дописів.

3. Анонс публікацій в соцмережах. Можна анонсувати нові дописи у соціальних мережах, переконуючи підписників приєднатися до каналу.

4. Співпраця з іншими каналами. Знайти канали, які мають схожу аудиторію або подібну тематику, та домовитися про взаємний піар. Це може бути обмін дописами або публікаціями з посиланнями на канали.

5. Оплата реклами на популярних каналах. Якщо бюджет дозволяє, можна оплатити рекламу на каналах з великою та активною аудиторією. Для цього має бути яскравий і переконливий допис, який підкреслить переваги каналу та його унікальність.

6. Співпраця з блогерами та лідерами думок. Блогери на певних умовах розміщують інформацію про канал на своїх сторінках або у сторісах у соцмережах. Блогери часто мають лояльну та активну аудиторію.

7. Тематичні рілси та відео. Короткі відео чи рілси можуть підкреслити суть каналу і запропонувати стислий огляд того, чому варто на нього підписатися.

8. Реєстрація в безкоштовних каталогах каналів [2], [3]. Це допоможе зробити канал доступнішим для нових користувачів. У каталогах можна знайти канали за різними темами, щоб потім обмінятися рекламою.

Для актуалізації теми пропаганди у сучасних інформаційних та гібридних війнах обрано тему медіапроєкту «Пропаганда у радянському кіно», втілену через Телеграм-канал. Збір, аналіз та подача певної інформації у вигляді текстового та візуального контенту для каналу може допомогти підписникам краще зрозуміти, як використовувалися радянські кінострічки для просування вигідних владі наративів, як через них формували образ «ворога» та популяризували ідеї соцреалізму і загалом контролювали суспільство.

Платформа Telegram-каналу «Пропаганда у радянському кіно» має на меті розв'язання низки актуальних питань, спрямованих на формування обізнаного та свідомого суспільства. Серед них викриття наративів у радянському кіно; відновлення національної гідності; підвищення рівня медіаграмотності; ознайомлення з історичною кіноспадщиною; правдиві факти про митців.

Дослідження теми радянської пропаганди і її впливу на свідомість людей знайшло прояв у форматі цього медіапроєкту — Телеграм-каналі. Такий формат має переваги, які відповідають цілям і завданням проєкту, зокрема, легкість використання, популярність платформи в Україні, можливість взаємодії з іншими каналами, попередній досвід автора у веденні Telegram-каналу, потенціал платформи для побудови спільноти.

Ведення Телеграм-каналу варто почати з концепції, від якої вже відштовхнеться контент-план. Його важливо структурувати в розрізі типів контенту (інформаційний, розважальний тощо). Розглянуто рекомендації фахівців про те, як створити канал, як його оформити та просувати, а також надано поради для пошуку контенту. Увагу приділено ботам, які

супроводжують роботу в Telegram як інструменту для виконання технічних завдань.

### **1.3. Безпека Telegram каналу в умовах російсько-української війни**

За даними на початок жовтня 2024 року, серед «білих» ЗМІ [9] сервіс Telegram все ще залишається популярним, хоча платформа створює ризики, які не можна ігнорувати. Так, «Суспільне» мають канал з майже 300 тисячами підписників. «Українська правда» має майже 170 тисяч, «Бабель» — близько 71 тисячі послідовників, «Еспресо» — 58 тисяч.

За словами представників української влади, існує ймовірність, що ФСБ росії має доступ до ключів шифрування Telegram. Це означає, що повідомлення можуть бути прослухані або отримані без відома користувачів. Загроза номер один — доступ до даних з боку держави-агресора.

Анонімні Telegram-канали, які поширюють дезінформацію та фейки, — друга небезпека. Такі канали активно функціонують в Україні тоді, як користувачі шукають перевірену достовірну інформацію. Анонімність ускладнює ідентифікацію джерел інформації та контролю за контентом.

Більшість ТікТок-каналів, які поширюють неправдиву інформацію, зазвичай пропонують користувачам переходити за посиланнями в їхніх профілях на анонімні Telegram-канали: «Тіктоки-фейкороби заохочують своїх підписників приєднуватися до низки анонімних телеграм-каналів із сотнями тисяч підписників кожен. Ці канали зазвичай переповнені новинами, скопійованими з різних медіа українською та російською мовами, з проміжними рекламними вставками інших каналів, товарів та послуг, як-от тютюнові вироби чи нелегальні гемблінгові платформи. Крім того, ці канали часто публікують маніпулятивні опитування, зокрема на політичні теми, а також поширюють недостовірну інформацію про події в Україні та за кордоном, часом повторюючи свої ж фейки з тіктоку».

Такий висновок зроблено в результаті дослідження, яке провів «Інститут масової інформації» у листопаді 2023 року [50]. Експерти вважають, що сервери Telegram можуть бути розташовані в росії, що також ставить під сумнів безпеку даних. Рекомендується використовувати альтернативні платформи з кращими стандартами безпеки та застосовувати додаткові заходи захисту такі, як шифрування повідомлень.

Telegram не забезпечує наскрізне шифрування (End-to-end, тобто під час приватного спілкування до чату мають доступ тільки відправник та одержувач) для всіх чатів. Його реалізовано лише в «секретних чатах», що означає, що звичайні чати зберігаються на серверах Telegram і можуть бути доступні третім особам [67], [42].

Використовуваний Telegram протокол MTProto є закритим і не пройшов достатньої перевірки незалежними експертами. Це викликає занепокоєння щодо його надійності та безпеки, оскільки виявлені вразливості можуть бути використані для атаки на користувачів. Дослідження також показали, що деякі клієнти Telegram містять код, який може дозволити зловмисникам відновити частину тексту з зашифрованих повідомлень. Telegram має менш сувору політику щодо модерації контенту порівняно з іншими платформами. Це створює умови, за яких платформа часто стає місцем для незаконної діяльності та розповсюдження небезпечної інформації.

Як вважають представники української влади і за офіційними даними дослідження Інституту масової інформації, існують певні небезпеки користування Telegram. Є ймовірність, що ФСБ росії має доступ до ключів шифрування Telegram, а сервери Telegram можуть бути розташовані в росії, що ставить під сумнів безпеку даних.

Існує друга суттєва небезпека — анонімні Telegram-канали, що розповсюджують дезінформацію та фейки. Багато TikTok-каналів, які поширюють неправдиві відомості, часто заохочують своїх підписників переходити за посиланнями в профілях на ці анонімні Telegram-канали. Разом



з тим Telegram не забезпечує наскрізне шифрування: під час приватного спілкування до чату може мати доступ хтось третій.

Не дивлячись на небезпеку користування застосунком сьогодні в спільнотах в Телеграм низки «білих» ЗМІ десятки і сотні тисяч підписників.

## РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «ПРОПАГАНДА В РАДЯНСЬКОМУ КІНО»

### 2.1. Історія створення, структура та функції агітпропу в срср

Агітпроп (від «агітація і пропаганда») виник в росії після жовтневої революції 1917 року. Основною метою агітпропу було поширення комуністичної ідеології та формування позитивного іміджу радянської влади серед населення.

Першим важливим документом, що заклав основи радянської пропаганди, став «Декрет про друк», підписаний Володимиром Леніним 9 листопада 1917 року, за яким радянська цензура закривала газети, що закликали до непокори уряду, сіяли смуту шляхом наклепницького перекручення фактів або закликали до дій злочинного характеру [13], [14], [15].

Головний ідеолог більшовицької революції В.І. Ленін з цього приводу висловлювався: «Ми і раніше заявляли, що закриємо буржуазні газети, якщо візьмемо владу в руки. Терпіти існування цих газет, означає перестати бути соціалістом» [40]. Варто відзначити, що у результаті прийнятого «Декрету про друк» у період з жовтня 1917 по червень 1918 рр. припинили свою роботу або існування більше 470-ти опозиційних до більшовицької влади газет.

У 1920-х роках агітпроп став частиною структури Всеросійської комуністичної партії (більшовиків), а пізніше — Комуністичної партії Радянського Союзу (КПРС). Основним органом агітпропу став Відділ агітації і пропаганди ЦК КПРС, який відповідав за розробку та реалізацію ідеологічної політики на всіх рівнях.

#### *Ідеологічна основа*

Агітпроп ґрунтувався на марксизмі-ленінізмі, що визначало не лише його зміст, а й методи. Основною метою було формування у радянських громадян позитивного ставлення до соціалізму та негативного до капіталізму.

Пропаганда використовувалася для створення образу «ворога», що загрожував радянському способу життя, та для виправдання дій влади.

### *Структура і організація*

Агітпроп розвивався під контролем Центрального Комітету КПРС, зокрема через Відділ агітації і пропаганди. Важливу роль відігравали також художники, письменники та кінематографісти, які створювали твори, що прославляли досягнення соціалізму.

### *Основні відділи агітпропу в партійній ієрархії*

Агітпроп у Радянському Союзі мав чітку структуру, яка включала кілька ключових відділів на різних рівнях партійної ієрархії. Основними відділами агітпропу були:

- Відділ агітації і пропаганди ЦК КПРС. Це був центральний орган, відповідальний за формування та реалізацію ідеологічної політики. Він контролював всі аспекти пропаганди в країні, включаючи засоби масової інформації, культурні інституції та освіту.
- Відділи агітації і пропаганди в союзних республіках. Кожна союзна республіка мала свій відділ агітпропу, який підпорядковувався Центральному комітету КПРС. Ці відділи виконували завдання, поставлені з центру, адаптуючи їх до місцевих умов.
- Обласні та крайові комітети. Відділи агітпропу існували також на рівні обкомів і крайкомів, що забезпечувало контроль за виконанням партійної лінії на регіональному рівні.
- Міські та районні комітети. На нижчих рівнях партійної структури — міськкомх і райкомх — також були відділи агітпропу, які займалися безпосередньою пропагандистською діяльністю серед населення.

Відділи пропаганди і агітації були в партійній ієрархії підпорядковані секретарям з ідеології. Їх головною ціллю було «комуністичне виховання» радянського народу, формування комуністичного світогляду «радянської людини» — через контроль та цензуру культури та масової інформації, а також методами безпосереднього розповсюдження компартійної інформації.

У віданні агітпропу знаходилися ЗМІ срср — преса, телебачення та радіо, агітпроп видавав також власні часописи. До переліку основних цілей ідеологічної роботи агітпропу також входила боротьба з «впливом Заходу, що розтліває», з проявами «дрібнобуржуазного націоналізму», з релігією та церквою.

Агітпроп безпосередньо керував роботою таких суспільних організацій творчої інтелігенції в срср, як:

- Спілка радянських письменників,
- Спілка журналістів,
- Спілка кінематографістів срср,
- Спілка театральних діячів,
- Спілка художників срср,
- Спілка композиторів срср та ін.

#### *Методи впливу*

Радянська пропаганда використовувала різноманітні засоби.

#### 1. Контроль ЗМІ

Усі засоби масової інформації, включаючи газети, радіо та телебачення, перебували під жорстким контролем держави. Це дозволяло уряду поширювати лише ту інформацію, яка відповідала офіційній лінії партії.

#### 2. Цензура

Цензура була важливим інструментом, що застосовувався для заборони будь-якої критики влади або альтернативних думок. Це включало не лише ЗМІ, а й літературу, мистецтво та науку.

#### 3. Агітаційні кампанії

Проводилися масові агітаційні кампанії, які включали мітинги, паради та культурні заходи. Вони використовувалися для мобілізації населення на підтримку державної політики.

#### 4. Візуальна пропаганда

Агітаційні плакати, фільми та інші візуальні засоби комунікації активно використовувалися для популяризації соціалістичних цінностей і досягнень. Ці матеріали часто містили яскраві образи та гасла (Дод.10.1-10.6).

#### 5. Історична маніпуляція

Пропаганда часто перекручувала історичні факти або створювала альтернативні версії подій для виправдання дій влади та формування національної гордості.

#### 6. Персоналізація влади

Лідери партії, такі як Володимир Ленін і Йосип Сталін, ставали символами держави. Їхній культ особи використовувався для зміцнення влади та легітимації політичних рішень.

Ці методи дозволяли радянській владі не лише інформувати населення, але й маніпулювати його свідомістю, створюючи образ «нової людини» — громадянина соціалістичної держави, і підтримувати свою легітимність протягом десятиліть існування срср.

#### *Функції агітпропу*

Основні функції агітпропу включали [38]:

- Ідеологічне виховання. Формування комуністичного світогляду у населення через контроль над освітою, культурою та масовою інформацією.
- Пропаганда досягнень срср. Розповсюдження інформації про успіхи радянської економіки, науки та культури.
- Боротьба з «ворогами». Агітпроп активно використовував образи ворогів — як внутрішніх (націоналісти, релігійні діячі), так і зовнішніх (капіталістичні країни) — для легітимації репресій та контролю над населенням [36].
- Керівництво ЗМІ. Агітпроп контролював всі засоби масової інформації — пресу, радіо, телебачення — забезпечуючи одностороннє висвітлення подій.

Агітпроп також займався створенням культурних продуктів (фільми, книги, театральні вистави), які відповідали комуністичній ідеології та формували позитивний образ радянського життя. Агітаційна пропаганда відіграла ключову роль у формуванні радянського кінематографа, перетворюючи його на інструмент політичного впливу та соціальної маніпуляції [7], [10]. Від початку 1920-х років, коли радянська влада усвідомила значення кіно для формування нової реальності, агітпроп став основою для створення фільмів, які мали на меті пропагувати комуністичні ідеї та зміцнювати тоталітарний режим.

*Вплив агітпропу на радянське кіно [41]*

*Історичний контекст*

Після Жовтневого перевороту 1917 року радянська влада почала активно використовувати кіномистецтво для просування своїх ідеологічних цілей. У 1923 році було наказано створити кіностудії в кожній республіці, що дозволило виробляти пропагандистські фільми.

Режисери, такі як Дзига Вертов і Сергій Ейзенштейн, стали піонерами цього жанру, створюючи фільми, які поєднували мистецтво з політичною агітацією. Наприклад, фільм Ейзенштейна «Броненосець Потьомкін» став класикою не лише завдяки своїй художній цінності, а й через його потужний пропагандистський меседж.

*Теми та наративи в радянському кіно*

*Основні теми радянських пропагандистських фільмів [55], [56], [58]*

1. Образ ворога

- Радянське кіно активно формувало образи внутрішніх і зовнішніх ворогів, таких як капіталісти, націоналісти та «зрадники». Ці персонажі часто зображалися як загроза для радянського суспільства, що виправдовувало суворі дії влади.

2. Патріотизм і героїзм

- Фільми підкреслювали героїзм радянського народу, особливо під час Другої світової війни. Теми перемоги над нацизмом і боротьби за

соціалізм стали основними елементами сюжету, що сприяло формуванню колективної пам'яті про «Велику Вітчизняну війну».

### 3. Соціалістичний реалізм

- Кінематограф дотримувався принципів соціалістичного реалізму, що вимагав зображення позитивних героїв — трудящих, колгоспників та солдатів, які борються за досягнення комуністичних цілей.

### 4. Дегуманізація опонентів

- Пропагандистські фільми часто використовували методи дегуманізації, зображаючи ворогів як бездушних істот або комічних персонажів, що знижувало їхню загрозовість у свідомості глядачів.

### 5. Мобілізація населення

- Кіно слугувало інструментом для мобілізації населення на виконання партійних завдань. Фільми часто акцентували на важливості єдності та боротьби за спільну справу, що підкріплювалося емоційними закликами до дії.

### 6. Історичні міфи

- Радянські фільми створювали та підтримували міфи про історію, такі як образ «благословенної революції» та «боротьби за мир», що допомагало легітимізувати владу та її дії.

#### *Протиставлення «своїх» і «чужих»*

Радянські фільми часто зображали конфлікти між «радянським народом» і його ворогами. Наприклад, у фільмах про українських націоналістів образи були спрощені до карикатурних персонажів, що викликали ненависть у глядачів. Це допомагало формувати негативне сприйняття опозиційних сил і зміцнювало лояльність до влади.

#### *Використання документальних кадрів*

Для підсилення ефекту достовірності радянські кінематографісти часто використовували документальні кадри у своїх художніх фільмах. Це дозволяло створювати ілюзію реальності та правдивості подій, що відбувалися на екрані, навіть якщо вони були значно спотворені або маніпульовані.

У телеграм-каналі «Пропаганда у радянському кіно» під хештегом #фактипропаганда автор публікує дописи, що висвітлюють історичні моменти, пов'язані з використанням пропаганди в радянському суспільстві.

Одним із таких фактів є детальне пояснення системи доносів, що була широко поширена в радянські часи. Вона дозволяла не тільки здійснювати контроль за особистим життям громадян, але й сприяла створенню атмосфери страху й недовіри серед людей. Також допис про викривлення фактів про Голодомор 1932-33 років, який був одним з найбільших трагедій в історії України. Піднята в каналі тема соцреалізму, офіційної ідеології, що пропагувалася в Радянському Союзі через кінематограф та інші мистецтва.

Агітпроп — невід'ємна частина збереження і розвитку комуністичної ідеології, яка з'явилася після жовтневої революції 1917 року. Ґрунтувався на марксизмі-ленінізмі. В основу агітпропу був покладений «Декрет про друк», підписаний леніним. Саме він знищив всі опозиційні до комуністичного ладу друковані видання. Звичайно, це мало на меті зміцнити соціалізм в новоствореній країні. Агітпроп розвивався під контролем Центрального Комітету КПРС через Відділ агітації і пропаганди, мав чітку структуру на всіх рівнях партійної ієрархії: від центрального до сільського. Агітпроп безпосередньо керував роботою організацій, які об'єднували творчу інтелігенцію в сср.

Серед методів впливу агітпропу контроль над ЗМІ, цензура, агітаційні кампанії, візуальна пропаганда, історична маніпуляція, персоналізація влади.

До функцій агітпропу відносилися: ідеологічне виховання, пропаганда досягнень сср, боротьба з «ворогами», керівництво ЗМІ.

Темами та наративами в радянському кіно слугували образ ворога, патріотизм і героїзм, соціалістичний реалізм, дегуманізація опонентів, мобілізація населення, історичні міфи.

Через тематичні публікації канал дає глибше розуміння того, як працювала, пропаганда впливала на формування суспільної думки в радянському союзі і допомагала контролювати суспільство.



## 2.2. Постать Олександра Довженка як режисера радянських фільмів

### *Історичний контекст життя та творчості Олександра Довженка*

Одна політична доктрина, однопартійна система і централізована ідеологія, неминуче створюючи певні світоглядні орієнтири і поширюючи свій вплив на всі без винятку галузі людської діяльності, зробили свій внесок і у мистецтво, сформувавши загальні ідейні, естетичні та формотворчі принципи художньої творчості — так званий, метод соціалістичного реалізму.

Держава взяла на себе ту суттєву частину роботи, яку будь-який митець має пройти сам — пошук естетичних уподобань, тематики, принципів втілення тощо. Творчий пошук є особистісним, ба навіть інтимним процесом. Втручання в цю царину з боку офіціозу не тільки спричиняє духовно-емоційний дискомфорт, але, що головне, позбавляє процес індивідуальності [64]. Мистецтвознавство і критика того часу так само, як і мистецтво, залежали від нормативних доктрин.

Загальний контекст мистецтва доби, в якій жив і працював Довженко, становить складне переплетення офіційної ідеології та особистісного світобачення, щирих і вимушених переконань.

Ще в 1919 році держава проголосила монополію на всі стадії виробництва, прокату та демонстрації фільмів. В той час відбувалася націоналізація кінопромисловості — всі кінокартини, діапозитиви, кінофототовари, сировина, матеріали, інструменти, техніка, приміщення, а також фотографічна та кінематографічна торгівля, в чийх би руках вони не знаходилися, перейшли у власність держави в особі Фото-кіноуправління; а, по-друге, кожен митець повинен був брати участь у всіх агітаційних та пропагандистських кампаніях уряду. Найбільш болючою проблемою кіно стало жорстке цензурування та виконання так званих «соціальних замовлень», що, по суті, повністю викоринювало будь-яку авторську ініціативу. Митців намагалися перетворити на поширювачів пропаганди [54].

Олександр Довженко — видатний український кінорежисер, сценарист і художник, який зробив значний внесок у розвиток радянського

кінематографу. Його творчість відзначалася оригінальністю та глибоким патріотизмом, що виявлялося у всіх його роботах.

Народився в 1894 році на хуторі В'юнище, що в Чернігівській губернії. Він виріс у багатодітній селянській родині, де батько належав до козацького стану, а мати була неписьменною. Сім'я жила в скромних умовах: на 14 дітей було небагато землі, яка не давала добрих врожаїв. Це формувало у молодого Довженка глибоке усвідомлення труднощів життя та любов до природи, зокрема до мальовничої річки Десна, яка стала важливим елементом його творчості [1], [21].

Довженко навчався спочатку в початковій школі Сосниці, а потім у вищій початковій школі. Він був відмінником, хоча сам вважав, що його успіхи були результатом непорозуміння з боку вчителів. У 1911 році вступив до Глухівського учительського інституту не через бажання стати педагогом, а заради стипендії. Тут він почав відкривати для себе українську літературу та культуру, незважаючи на заборони [22]. Під час навчання в інституті Довженко став свідком соціальних і політичних змін, які відбувалися в Україні. Він активно цікавився ідеями національного відродження та мріяв про кар'єру художника. Після закінчення інституту у 1914 році він працював учителем у Житомирі, викладаючи різні предмети.

Сім'я Довженка шанувала книгу як святиню. Батько мріяв про те, щоб його син став учителем. Це вплинуло на вибір професії Олександра, хоча його справжня пристрасть належала живопису та мистецтву. Виховання у такій родині сформувало у нього повагу до освіти та культури. Дитинство Довженка було сповнене сліз і втрат: багато з його братів і сестер померли в ранньому віці. Цей досвід залишив глибокий слід у його свідомості і вплинув на його подальшу творчість [45], [46].

Наприкінці січня 1918 р. він опиняється у війську Української Народної Республіки. Довженко — вояк Куреня чорних гайдамаків. 3 лютого 1918 р. з вулиці Московської (у Києві) вони штурмують стіни «Арсеналу», беруть участь у придушенні більшовицького збройного повстання.

Вже в 1920 року його настрої змінюються, і у Житомирі він вступає до партії боротьбистів, яка за кілька тижнів влилася в КП(б)У, Довженко стає членом комуністичної партії більшовиків України. Пізніше його звідти виключили і до кінця життя він залишався безпартійним.

На початку 1920-х років він працював в системі Наркомату освіти, на дипломатичній службі. У Берліні вивчав мистецтво малювання. Повернувшись в Україну, з серпня 1923 року працював як художник-ілюстратор харківської газети «Вісті ВУЦВК» до червня 1926 року. Фах ілюстратора-карикатуриста сприяв становленню Довженка як великого майстра кіно. Газети, у яких майбутній режисер «Сашко» (його малюнки проходили під таким псевдонімом) розміщував карикатури, виконували ідеологічне завдання більшовицької партії [37].

Значну частину його малюнків можна віднести до жанру політичної сатири, вони торкались як міжнародних політичних, так і внутрішньогосподарських, культурних і релігійних справ, а решта були дружні шаржі на колег і друзів, автошаржі. Авторами текстів до сатиричних малюнків Сашка були літератори-памфлетисти: Остап Вишня, який разом з Довженком працював у «Вістях». До письменницької плеяди належали його добрі знайомі М. Бажан, С. Пилипенко, О. Копиленко, П. Панч, Ю. Яновський, М. Хвильовий, М. Йогансен та інші.

«У цей харківський період я познайомився з харківським українським літературним світом, — згадував Довженко в «Автобіографії», — який групувався тоді навколо редакцій газет «Вісті» і «Селянська правда», вірніше, навколо Блакитного і Пилипенка. Це були «Гарт» і «Плуг». Членом «Гарту» я був і сам як книжковий ілюстратор, пізніше з «Гарту» виділилися всім відоме «ВАПЛІТЕ», в якому я також перебував, хоч потім і вийшов».

Також створював рекламні кіноплакати. Наприклад, простий за виконанням плакат до фільму «Синій пакет», де глядачеві передана романтика змісту кінострічки. Кіноплакат до фільму «Боротьба велетнів», створеного Одеською кінофабрикою 1926 року, складний за композицією, великий за

розміром образно передав теми боротьби робітничого класу Заходу проти капіталістичної експлуатації (Дод.11).

Остання карикатура, підписана вже прізвищем «О. Довженко», була надрукована 10 червня 1926 р. і присвячена пожезвті Українським червоним хрестом 15 вагонів ячменю голодуючим Західної України — «Боротьба з голодом». Цією політизованою карикатурою Довженко цілком однозначно демонстрував, на чиему боці його симпатії. Своїми зображеннями він нещадно критикував М. Грушевського, В. Винниченка, М. Шаповала, С. Петлюру та багатьох інших діячів УНР.

В тому ж 1926 році він приходить у кіно — потужний інструмент для «перебудови світу», де він починає творити кіноміфи про революцію.

Особливої уваги заслуговує розгляд стосунків між режисером Довженком та тодішнім «батьком нації» Сталіним. Адже останній був ключовою фігурою в творчості українського митця, який і піднімав його, і морально знищив [12].

Довженко справді вірив Сталіну, дуже схвально про нього відгукувався, нагороджуючи його в своїх описах ледь не месіанськими рисами. На думку Довженка, згадану в «Щоденникових записах», Сталін бореться з усім злом цього світу, на його плечах лежить відповідальність за безпеку ледь не всього світу. Але йому заважають підступний «колективний Захід» та Америка, вигадуючи нові хитрі плани. Цей наратив фактично є ідентичним до сучасних наративів російської пропаганди.

Щиро вірив у радянську пропаганду, в сильну й справедливую політику радянських вождів і в псевдоеднання народів для подальшої розбудови тоталітарної системи. Цитата із «Щоденникових записів» за 21.02.1944: «Не буржуазний я і не націоналіст. І нічого, крім добра, щастя і перемоги не бажав і руському народу, і партії, і Сталіну. І братство народів вважав і вважаю своїм ідеалом».

В своїй відомій трилогії «Звенигора» (1928), «Арсенал» (1929), «Земля» (1930) Довженко виспівував досягнення та політику більшовицького режиму,

щиро вірячи в ідеали комунізму, і розглядаючи Україну в контексті відповідних ідей [47].

У 1933 році Довженко переїхав до Москви, де продовжив свою кар'єру на «Мосфільмі». Працюючи над фільмом «Аероград» (1933-1935), він узгоджував свої творчі бачення з політичними очікуваннями часу, будуючи стосунки зі Сталіним на основі ілюзій, намагаючись реалізувати своє творче бачення.

Чи залишився Довженко О. назавжди затуманений ідеалами світлого комунізму? Ні.

Війна докорінно його змінила. Тоді він пригадав все: всі жертви, принесені Україною Молоху більшовицької модернізації. Всі колишні уявлення Довженка про революційний героїзм, здобутки, світлі перспективи під час війни трансформуються у перспективу загибелі України. В середині 1943 р. народжується кіноповість «Україна в огні». Саме за неї у 1944-му розпинали Довженка. «Україна в огні» фактично поставила крапку у долі Довженка-кінорежисера.

Сталін звинуватив Довженка у «ревізії ленінізму» та запереченні класової боротьби. Диктатор вважав, що Довженко неправильно зобразив радянську дійсність, показавши срср не підготовленим до війни і демонструючи ідеологічний розкол у суспільстві. Це призвело до заборони публікації твору та його постановки, а також до цькування з боку партійних функціонерів і деяких літераторів.

Довженко у своєму щоденнику від 26 листопада 1943 року висловлював глибокий біль від критики: «Моя повість «Україна в огні» не сподобалася Сталіну, і він її заборонив для друку... Мені важко від свідомості, що «Україна в огні» — це правда» [18].

Після засудження Сталіним фільму Довженка «Україна в огні» режисер почав критично аналізувати свої попередні ілюзії щодо Сталіна.

*Цитати Довженка О. пізнього періоду:*

«На кожного творца украинской культуры смотрят как на

потенціального врага. У нас хто любить свій народ, тот и націоналіст» [66].

«Комунізм і фашизм — філософські брати, і те й інше — тоталітарні режими... Радянська демократія — найбільша брехня і фальш, що їх колись знало людство». Після цього з під його пера вийшов понівечений цензурою «Мічурін» і замовлена Сталіним незавершена безнадійно пропагандистська стрічка «Прощай, Америко».

З 1944 р. Довженко не мав права нічого видавати без спеціального дозволу. У 1945 році, після п'яти років, його звільнили з посади художнього керівника Київської кіностудії, перевели з режисера 1-ї категорії на режисера категорії 3-ї, приписали до Московської кіностудії. Він більше не зміг повернутися в Україну. Довженко помер у 1956 році, залишивши після себе лише сім фільмів, багато з яких так і не були реалізовані через політичні обставини. Його спадщина продовжує жити: ім'я Довженка носить одна з головних кіностудій України, а його роботи вважаються класикою світового кіно.

Контекст, в якому жив і творив український радянський режисер Олександр Петрович Довженко, являв собою одну політичну доктрину, однопартійну система і централізовану ідеологію. Переплетення офіційної ідеології та особистісного світобачення здаються несумісними для індивідуальних пошуків будь-якого митця, зокрема Довженка. Найболючіша проблема кіно того часу — жорстке цензурування стрічок та обов'язкові до виконання соціальні замовлення влади. Творчість видатного кінорежисер і сценариста Олександра Довженко характеризується оригінальністю та глибоким патріотизмом, що присутнє у всіх його роботах, але частина його спадщини неминуче належить тоталітарному режимові.

До того, як потрапити вперше на кіностудію в 1926 році, щоб розпочати свій шлях режисера, Олександр Петрович у 1918 р. він опиняється у війську Української Народної Республіки в ролі вояка Куреня чорних гайдамаків та бере участь у придушенні більшовицького збройного повстання на «Арсеналі». А вже в 1920 року його у Житомирі він вступає до партії

боротьбистів, яка за кілька тижнів влилася в КП(б)У.

Три роки з 1923 р. працював як художник-ілюстратор харківської газети «Вісті ВУЦВК», підписуючи карикатури, здебільшого політичні, як «Сашко». За його словами, у цей період він познайомився з харківським українським літературним світом. В 1926 році він приходить у кіно для «перебудови світу» і він починає творити кіноміфи про революцію.

Довженко щиро вірив у радянську пропаганду, в «братні» народи.

Після засудження Сталіним фільму Довженка «Україна в огні» режисер почав критично аналізувати своє ставлення до «батька нації» і кардинально змінив про нього і сам комуністичний лад думку, щиро страждаючи з українським народом, який потерпав від Другої світової.

### **2.3. Приклади та аналіз антиукраїнських наративів у фільмах Олександра Довженка**

Для дослідження і аналізу обрано три фільми О. Довженка, створені ним до 1930 року. Це були його перші роботи, зняті з його приходом до кіноіндустрії: «Звенигора» (1928), «Арсенал» (1929), «Земля» (1930). Ці стрічки визнані на світовому рівні як високкласні і саме вони принесли митцю відомість. В 2015 році «Земля» була занесена до списку шедеврів світового кінематографа, складеного ЮНЕСКО [32]. «Звенигора» закріпила за Олександром Довженком репутацію провідного українського кінорежисера за використання нових прийомів монтажу, кадрування та символізм. Особливість цих стрічок в тому, що вони зняті в жанрі німого кіно та не стосуються періоду, коли автор мусив виконувати «соціальні замовлення» і тому не є відверто агітаційними за радянську владу, тобто антиукраїнські. Разом з тим, в дослідженні обраних стрічок коротко йдеться і про українські настрої автора.

#### *«Звенигора» (1928)*

Сюжет фільму охоплює дві тисячі років і розповідає про важливі етапи історії України. Головний герой фільму вічний дід, який з'являється в кожному

історичному періоді, про який розповідає режисер. В фокусі — скарб скіфів, який кожен, хто зазіхав на Україну в той чи інший історичний час, намагався віднайти за допомогою вічного діда. Але я тільки до рук загарбника потрапляла коштовна знадібка, вона тієї ж миті перетворювалася не бесцінь (наприклад, розбиту пляшку). В цьому символізмі є щось дуже проукраїнське — тільки самій Україні буде відкрито той скарб як тільки вона збагне свою ідентичність. Але сам автор розкриття скарбу — щасливе майбутнє України — вбачав в комуністичному устрої, бо свято вірив в його ідеали. Любов митця до України в стрічці проявлена в дбайливому показі українських традицій, персонажів в національних костюмів, сцени побуту українського села. Елементи сатиричного гротеску, характерні для графіки того Довженка, який раніше малював шаржі, вплинули на перші його кінострічки, зокрема, у «Звенигорі» [11], [31].

«Насамперед у змалюванні образу блазня й істерика Павла, в якому блискуче узагальнено все те потворне і антинародне, що було притаманне загнійлій націоналістичній «романтиці» жовтоблакитників. Гостротою класового викриття, дошкульним сарказмом дихають епізоди з лекцією цього запродавця перед білоемігрантським кодлом та кадри його боягузливого самогубства», — написали автори «Довженко-художник» про одного з онуків вічного діда [65,205].

У вічного діда було двоє онуків — Тимоша і Павло. Перший — уособлення оптимізму, робочого класу, в цілому образу більшовика, у якого є надія і майбутнє, бо він — представник нового життя. А от Павло, петлюрівець, з першого кадру показний як недолугий і здається неадекватним, бо видуває мильну бульбашку в той час, коли його брат лагодить, тобто робить щось корисне [28].

В епізоді, коли дід емоційно звертається до кожного онука, щоб той хрестився на захист від нечистого, Тимоша явно відмовляється, вважаючи це старими порядками. Частина антирелігійної кампанії радянського керівництва. Україна з часів Київської Русі є християнською країною.



Два брата, які знаходяться в різних ідеологічних таборах, насправді є одним народом, але стали одне одному ворогами: одні зайняли позицію націоналістів, які були проти більшовицького режиму, а інші навпаки — стали більшовиками і пропагували новий устрій. У стрічці очевидно, на чиєму боці режисер.

Довженко висміював український націоналізм та націоналістів, наприклад, у тексті перед появою Павла, який перебував за кордоном: «А в эмиграции — в Праге, шароварами улицу заметая, идет казак...».

Коли в кадрі з'являється російський генерал, до речі, також в карикатурній поставі, перед зляканим вічним дідом, на екрані представлений текст зі словами вічного діда: «Ваше наисветлейшее, ниймилостивейшее, наисправедливейшее высокоблагородие». Принижений стан України перед тодішньою імперією.

#### *«Арсенал» (1929)*

Це революційна епопея, в основі сюжету якої лежить трагедія національної поразки й робітниче повстання на київському заводі «Арсенал» проти Центральної Ради та військ УНР у січні 1918 року [6]. На екранах України фільм з'явився в лютому 1929 р. Тих, з ким він був у 1918 р., тобто прибічників незалежної України, Довженко змальовує шаржовано, з неприхованим сарказмом, показує їх приреченість [69]. Він прощається із своїм націоналізмом і при цьому у повній відповідності з уявленнями націонал-комуністів українізує більшовицький переворот в Україні.

В «Арсеналі», — напише сам Довженко в одній із своїх автобіографій (швидше за все 1935 р.), — я переслідував дві мети — як художник-викривач українського шовінізму у і контрреволюції і як поет і співець робітничого класу України, який трощить національну обмеженість в переможній боротьбі за утвердження великих заповітів Маркса-Леніна-Сталіна [...]. Я працював, як боєць, не замислюючись іноді, за нашими правилами рубки треба бити ворога.

Результати появи «Арсеналу» були для мене якщо й не несподіваними, то все ж важкими. Фільм був прийнятий і народом, і партією. Його не прийняла

письменницька громадськість і, треба думати, найвище українське керівництво. «За зраду неньці-Україні, за «наругу української нації, інтелігенції», за зображення українських націоналістів у вигляді провінційних нікчем і авантюристів тощо фільм був облаяний ними у пресі, я був упродовж кількох років бойкотований, і керівництво почало ставитися до мене довгий час з незрозумілою мені прохолодною стриманістю» [66, 213].

Про фільм схвально відгукнувся особисто Сталін: «Справжня революційна романтика».

В одному з епізодів представник Ревкому ставить запитання арсенальцю (головному герою), який прийшов проситися в добровольці: «Українець?». А за ним наступне — «Дезертир?», ніби вважаючи, що якщо українець, то обов'язково — дезертир. Сам арсеналець ухилився від відповіді, сказавши, що він робочий [5].

Головний герой — уособлення образу людини-революціонера, яка прагне кардинальних змін суспільного устрою. Звичайно, йдеться про комунізм.

Фільм закінчується поразкою більшовиків, але головного героя, виявляється, вбити неможливо, що символізує невмирущий робочий клас.

### *«Земля» (1930)*

Фільм зображає перші роки колективізації в Українській РСР, змальовуючи їх крізь конфлікт колгоспників і куркулів. Водночас Довженко наділив «Землю» символізмом містичного зв'язку українського народу зі своєю землею, стверджував про розрив людини й природи внаслідок колективізації [32].

Багатьма критиками «Земля» вважається найкращим фільмом у всій фільмографії Довженка, деякими — одним з найкращих в історії кіно. «Земля» займає 2 місце із ста в списку найкращих українських фільмів.

В срср «Земля» зазнала осуду за недостатню комуністичну ідеологічність і натуралізм, симпатії противникам колективізації (а по суті українським селянам), внаслідок чого фільм зняли з прокату вже за кілька днів

після прем'єри.

Попри відвертого вихваляння колективізації в Україні, Довженко дуже поетично змалював традиційний світ українського селянства, красу природи та сільського буття доіндустріальної доби. За це стрічку розцінили як антирадянську та ту, яка прославляє куркулів. На думку цензорів, у стрічці не вистачало класової боротьби.

Сам Довженко писав, що задумав цей фільм, «як твір, що провіщав початок нового життя на селі. Але знищення куркульства як класу і колективізація – події виняткової політичної ваги, що сталися, коли фільм був вже готовий, перед самим його показом, — зробили мій голос надто слабким і недостатнім. На Україні в ЦК мені було заявлено, що я своєю роботою і поведінкою у Москві осоромив українську культуру, і мене закликали до порядку. Від мене вимагали каяття, «Землю» було знято з показів».

«Кулакам кінець». Антиукраїнський наратив, що з'являється на екрані вже на початку стрічки від головного героя-комсомольця, який уособлює в собі початок нового життя, яке тісно пов'язане з колективізацією та знищенням кулацтва і водночас встановленням радянського ладу [30]. Кулаків комсомолец ставить в один ряд з дурнями, відповідаючи на занепокоєння свого батька, який намагається його зупинити.

Кінострічка також піднімає тему антирелігійної кампанії, яку проводила радянська влада, що можна вважати також антиукраїнським наративом. Висміювання віри українців виражається у фільми в епізодах, де друг померлого діда Семена, сидячи перед його могилою, прикладає вухо до землі, намагаючись почути відповідь від діда, який перед смертю обіцяв сказати «звідти», куди він потрапив: в пекло чи рай. Таким чином, спростовуючи взагалі існування християнської релігії, категоріями якої оперували герої стрічки. В кінці після вбивства головного героя-комсомольця його батько відрікшись від віри, каже через текст на екрані: Бога нема. Та просить у молоді по-новому, без батюшки, поховати сина, з новими піснями, що оспівують комуністичний лад.

Поява у фільми комсомольця на тракторі, як образу нового порядку, супроводжується на екрані словом: «стало!», що перегукується з біблійним «Звершилося!», коли Ісус віддав Своє життя. Тоді дійсно настало нове життя для всіх, хто повірить у Христа, а у фільми використано це порівняння. яке в сутності утопічне. Але наратив знову таки — антирелігійний.

Крадіжка приміщень у куркулів, «плакали межі на кулацких нивах» є нічим іншим, як свавіллям і порушенням прав людини, але у фільми це подається чимось не просто природним, але й похвальним. Куркулі (кулаки) — сама назва, яка знецінила селянина, який важко і сумлінно працював на своїй землі, сама по собі вже є антиукраїнським наративом.

Коли один із противників колективізації вбиває комсомольця (головного героя), батько вбитого кричить запитання: хто вбив мого сина, Василя? і перераховує при цьому саме українські імена: Івани, Степани, Грицки, що можна віднести до антиукраїнських настроїв.

Закінчується стрічка возвеличенням героя, який загинув за «нове життя» фразою «проповідника» комуністичного ладу, який приїхав до села, де жив Василь: «Предсмертная вражеская ненависть к бедноте отняла у нее Василя» — фраза, яка підкреслювала вкотре класову боротьбу.

В Телеграм-каналі «Пропаганда у радянському кіно» автор, користуючись проведенням дослідженням трьох кінострічок режисера Олександра Довженка, розміщує відповідні дописи з візуальним оформленням певного кадру з фільму та текстовим супроводом (Дод.12).

Україна третій рік бореться за право бути вільною і незалежною державою в російсько-українській війні, яка під собою має підґрунтя перш за все ідеологічної боротьби, яка почалася не в 21 столітті, та навіть не в 20. Але сто років тому радянський союз як комуністична релігія, що замінила Бога, святкувала свої перші десятиліття, мала на меті остаточно викреслити з мапи Україну і вирішити «українське питання» шляхом комуністичного виховання, нав'язуючи населенню «потрібні» ідеї та стереотипи, використовуючи певні наративи. Як вже зазначалося, саме кінематограф влада розглядала потужним

інструментом агітаційно-пропагандистських засобів.

Олександр Довженко в своїх стрічках «сіяв» антиукраїнські настрої, здебільшого тому, що сам був комуністом і свято вірив в ідеали «нового життя» до Другої світової війни, яка радикально змінила його позицію і відкрила очі на правду про перспективу загибелі України.

*Загальний огляд деяких наративів, що використовувала радянська пропаганда.*

***Україна — «фашистська держава».***

Мазепинці, петлюрівці, бандерівці. Введенням цих найменувань українців у вжиток російські шовіністи намагалися знецінити український національно-визвольний рух. За часи революції 1917 року Симон Петлюра створив Гайдамацький кіш з метою очищення української землі від більшовиків. Шовіністична росія 21 століття створила в розумах людей образ ворога — українця-нациста, хунти, бандерівців, проти яких бореться, а в сутності творить геноцид українського народу [60].

***Україна — «держава, яка не відбулась» (failed state)***

«Неспроможна держава», «держава-невдаха», «держава в руїні». Згідно з визначенням авторитетного політологічного довідника, failed state — це «номінально суверенна держава, яка не може довше підтримувати своє існування як життєздатна політична та економічна одиниця. Це держава, яка стає некерованою і недостатньо легітимною в очах міжнародного співтовариства». Додати до числа України чи будь-кого з колишніх підконтрольних республік — улюблений прийом кремлівських політехнологів. Логіка імперців зрозуміла: кожен, хто вийшов з-під опіки Москви, автоматично оголошується failed state, «країною 404» (за аналогією з неробочими веб-сторінками), американською маріонеткою, хунтою.

Товарищ сталін повторював, що України немає. Сьогодні ми це чуємо з вуст головного московита путіна.

***«росія та Україна — братні народі»***

Як розповідає знаний український історик Ярослав Грицак, найбільше до цього наратива спричинилися київські інтелектуали 17 століття. Коли Козацька держава увійшла до складу Московського царства, майбутня імперія була великою, але відсталою і дуже потребувала освіченої еліти [19]. У той час православні київські предки вирішили зміцнити цю імперію, тому що вважали її значною мірою своєю через те, що це була православна держава. І вони створили міф про існування так званого слов'янського народу.

Вперше про існування «великого слов'янського народу» стверджувалося у «Синописі Київському», і цей підручник перевидавався доволі довго, аж до початку 19 століття. Але в цій концепції київських інтелектуалів ще не було ідеї братства. А міфологія братства виникає аж на початку 19 століття у зв'язку з романтизмом. Але навіть тоді ще не було ідеї старшого і молодшого братів. Ця ідея з'явилась аж... у пізньому сталінізмі після Другої світової війни, а найбільше закріпилася після «відзначення» 300-ліття Переяславської унії у 1954 році. Власне, лише тоді виникає ця міфологема про російський народ як старшого брата й український як молодшого брата.

Теорія про «братство народів» є одним із пропагандистських наративів радянської системи, який виправдовує позбавлення народів права на самовизначення.

Для дослідження і аналізу обрано три фільми О. Довженка: «Звенигора» (1928), «Арсенал» (1929), «Земля» (1930). Особливістю цих фільмів є те, що вони зняті в жанрі німого кіно і не відносяться до його періоду творчості, коли автор був змушений виконувати «соціальні замовлення». Тому ці стрічки не є відверто агітаційними на користь радянської влади і не мають антиукраїнської спрямованості.

До таких можна віднести ідеї колективізації та образу «нової людини» в стрічці «Земля». Висміювання, подача в карикатурному вигляді, націоналістів в «Звенигорі» та «Арсеналі». В останніх стрічках яскраво відображені і антирелігійні мотиви. Кожна із стрічок глибоко прониклива через гру акторів та музичний супровід, а також тексти, які з'являються час-від-часу на екрані

для підсилення посилу. В кожній з них присутній поруч з антиукраїнським наративом як проявом віри митця у світлі ідеї комунізму, так і відчутний біль за Україну.

Любов митця до України в стрічці проявлена в дбайливому показі українських традицій, персонажів в національних костюмів, сцени побуту українського села.

Олександр Довженко у своїх фільмах висловлював антиукраїнські настрої, переважно через те, що був комуністом і щиро вірив у ідеали «нового життя» до Другої світової війни. Однак ця війна значно змінила його погляди, відкривши йому правду про можливу загибель України, що вплинуло на його подальші переконання.

Також в розділі йдеться про певні наративи, що використовувала радянська пропаганда, зокрема, «Україна – «фашистська держава», «Україна – «держава, яка не відбулась» (failed state), «братні народи».

#### **2.4. Практика створення телеграм-каналу «Пропаганда у радянському кіно»**

Створено нішевий ресурс, орієнтований на конкретну аудиторію, з фокусом на аналіз пропагандистських аспектів у радянському кінематографі.

Включає кілька ключових аспектів, що стосуються як змісту, так і технічної сторони створення та ведення каналу.

1. Вибір тематики та концепції: Основою для створення каналу є визначена концепція — аналіз кінематографа радянської епохи з акцентом на його пропагандистські функції.

Автор каналу обрала тематику, яка одночасно є вузько спеціалізованою, але має потенціал зацікавити більш широку аудиторію, зокрема, дослідників пропаганди та кіноманів, тих, хто цікавиться історією. Вибір стилю подачі інформації формується так, щоб бути зрозумілим та цікавим для читачів.

Власний проєкт телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» започатковано в серпні 2024 року [29].

Мета цього ресурсу — викривати брехню. Брехню про українців, якою ми досі можемо жити, колись повіривши в неї через м'яку пропаганду, однією з форм якої є саме кіно.

Через емоції «потрібні» наративи, що поширювалися агітпропом, потрапляли в розуми людей, зокрема, через стрічки, формуючи в них «образ советского гражданина». Як результат українці втратили свою ідентичність.

## 2. Розробка контент-плану:

Контент-план каналу передбачає регулярну публікацію постів (тричі на тижень), що висвітлюють різні аспекти радянських кінематографа та пропаганди:

- Огляди фільмів із розбором пропагандистських елементів.
- Історії створення кінокартин та їхній ідеологічний вплив.
- Біографії режисерів, акторів та сценаристів, які брали участь в тих чи інших кінострічках.
- Візуальні матеріали (кадри з фільмів, постери), які допомагають ілюструвати пропаганду.
- Загальні факти пропаганди для формування історичного контексту.

На каналі публікуються фрагменти/цитати з кіно з розбором «Де тут пропаганда?», факти про пропаганду в срср, думки експертів, згодом — цікаві факти з життя режисерів, зокрема, Довженка О.П.

Канал публічний, працює за зручним для розуміння посиланням. Його створено через спеціальний бот, через який також розміщуються і всі дописи.

Ведеться українською мовою. Особливістю є написання з малих літер географічних назв, прізвищ та аббревіатур, пов'язаних з радянським союзом. Наприклад, срср, росія, ленін тощо.

### «Опис каналу:

Викриття брехні, нав'язаної українцям агітпропом через радянське кіно.

### Публікації:

- фрагменти/цитати з фільмів
- факти про пропаганду



- думки експертів».

Лого взято з обкладинки книги Георгія Почепцова «СРСР: країна, створена пропагандою», звідки, в тому числі, автор каналу черпає уривки для дописів в канал.

До прикладу,

«Кіно, яке отримало маркер найважливішого з мистецтв, дійсно не тільки посилювало, але і створювало тренди поведінки совєцьких людей. Коли країні потрібні були трактористи, виникла стрічка «Трактористи» (1939). Коли зростав попит на танкістів, з'явився фільм «Танкісти» (1939).

І льотчики, і офіцери — всі з'являлися в кіно, а за ними слідом тисячі молодих людей прагнули в нову професію.

Пісенний і кіношний радянський союз заповнював країну оптимізмом. Він перемагав всіх ворогів та всіх шпionів. Таке нашестя ворогів та шпionів було аналогом фронтirної (межевої) психології американського вестерна. Срср теж відчував себе взятою в облогу фортецею, оскільки всюди вороги. І вони, звичайно, засилали шпionів [51,22].

Для підписників відкрита можливість коментувати публікації. Дописи концептуально мають «кіношну» тему (Дод.13). Також існує система хештегів під кожен вид допису для зручного пошуку однакової тематики. По мірі виникнення додаткових тем система хештегів буде розширюватися.

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» є медіапроектom, що має кілька ключових характеристик, які визначають його діяльність і вплив:

Тривалість проєктної діяльності. Канал класифікується як довготривалий, оскільки його мета — вивчення та розповсюдження інформації, пов'язаної з радянською пропагандою, вимагає тривалої роботи, накопичення матеріалів та систематичного оновлення контенту.

Повторюваність. Оскільки проєкт орієнтований на періодичну, але систематичну роботу роботу і популяризацію матеріалів через постійні

публікації, його діяльність є тривалою. Регулярність постів (тричі на тиждень) дозволяє утримувати увагу підписників і постійно привертати нових до теми.

Локалізація. Проєкт має загальнонаціональний характер. Це обумовлено актуальністю теми пропаганди для всіх громадян України.

Форма подачі інформації. Інформація в каналі подається в комбінованій формі, що включає текст, фото та дизайн. Такий підхід дозволяє візуально посилити наративи та зробити матеріал доступним і цікавим.

Канал поширення. Як інтернет-проєкт, канал є частиною глобальної інформаційної мережі, що дозволяє досягти максимальної аудиторії. Використання Telegram, як швидкого та ефективного інструменту поширення контенту, сприяє залученню підписників як в Україні, так і за її межами, де також може бути зацікавленість у вивченні радянського кінематографа та пропаганди.

*Особливості реалізації та поширення телеграм-каналу «Пропаганда у радянському кіно»* мають кілька важливих характеристик, які впливають на його ефективність та залучення аудиторії:

### **1. Цільова аудиторія**

Канал орієнтований на користувачів, зацікавлених у кінематографі, історії, ідеології та пропаганді. Це можуть бути як історики, кіномани, так і звичайні люди, які хочуть краще розуміти приховані ідеологічні аспекти радянського кіно та його вплив на мислення. На каналі на грудень 2024 року всього 14 підписників.

### **2. Тематика і фокус**

Канал концентрується на вузькій, але водночас глибокій темі — аналізі пропаганди у радянському кіно. Це надає можливість створювати контент, аналізуючи конкретні фільми та ідеологічні посилання (в каналі це #фактипропаганда, #фрагменти, #наративи).

### **3. Формати контенту**

Канал використовує різноманітні формати для подачі інформації, такі як:

- Огляди фільмів.
- Думка експертів.
- Візуальні матеріали (постери, кадри з фільмів) для наочного ілюстрування ідеологічних меседжів.
- Опитування і взаємодія з аудиторією, що дозволяє залучити користувачів до обговорення теми (в планах).

Створено окремий файл для збору джерел, які використовуються для контенту.

#### **4. Механізми поширення**

- *Органічне зростання через взаємодію з аудиторією.* Регулярна публікація контенту і залучення до обговорення (в планах).
- *Колаборації з іншими каналами* (публікація дописів з підбіркою цікавих телеграм-каналів). У тематичних спільнотах телеграму можливі партнерські відносини з іншими каналами, що також займаються історією, кіно, ідеологічними темами, фактчекінгом.
- *Спеціальні пости та підбірки.* Канал може робити підбірки на популярні теми, наприклад, «Топ 10 пропагандистських фільмів радянського союзу», що привертає увагу не лише існуючих підписників, але й нових користувачів, які цікавляться популярними оглядами.
- *Розповісти про канал* всім друзям і їхнім друзям. Вже опублікований відповідний анонс у соціальних мережах.
- *Анонсувати дописи* з Телеграм каналу в соцмережах та всім контактам через функцію телеграм-преміум.
- Домовитися з дотичними за темою і кількістю підписників каналами про співпрацю — *взаємний піар* — обмінятися дописами з вказанням посилання на канал.
- Оплатити *рекламу* на каналах з великою аудиторією.

- Домовитися з *блогерами* про розміщення інформації про канал в своїх сторісах та сторінках в соцмережах.
- Робити *тематичні рілси* з посиланням на канал.
- Зареєструватися в безкоштовних *каталогах*. Це допоможе в пошуці каналів для взаємного піару. Наприклад, Tgstat, Telemetr.io.

### **5. Мовна політика**

Канал функціонує українською мовою і співпрацює також з україномовними ресурсами.

### **6. Використання алгоритмів платформи**

Telegram-канал може ефективно використовувати функції платформи для підвищення охоплення:

- Рекомендації для аудиторії.
- Крос-промоція в телеграм-групах та інші механізми взаємодії між каналами.
- Інтерактивні інструменти (наприклад, опитування або квізи), які дозволяють аудиторії брати участь у створенні контенту або обговоренні.

### **7. Актуалізація минулого у контексті сучасності**

Канал розглядає радянську пропаганду не лише як частину минулого, але і як досвід, який можна застосувати до сучасного медіа-контенту. Це робить його важливим інструментом для критичного аналізу сучасної пропаганди, допомагаючи аудиторії робити паралелі між історичними та сучасними медіа-інструментами.

### **8. Інтерактивність та зворотний зв'язок**

Створення можливостей для зворотного зв'язку з аудиторією: опитування на теми майбутніх постів. Це створить спільноту навколо каналу та підтримуватиме інтерес.

### **9. Модерація та етика контенту**

При створенні матеріалів автор намагається дотримуватися історичної достовірності та етичних норм. Модерація коментарів і контенту є ключовою для підтримання конструктивного діалогу та уникнення конфліктних ситуацій.

На каналі за замовчуванням заборонені хейтерство та нецензурні вислови. Дописи від підписників як реклама в чаті підлягають видаленню.

## **10. Аналіз результатів та розвиток**

Планується моніторинг активності на каналі, аналіз підписників, взаємодія з контентом та зворотний зв'язок, що дозволить скоригувати контент-стратегію і вдосконалити якість публікацій. Це може включати аналіз статистики Telegram за допомогою сервісів (наприклад, кількість підписників, перегляди постів) і адаптацію контенту відповідно до інтересів аудиторії після аналізу обговорення тем.

### *Управління Telegram-каналом та ризики*

Окремим аспектом реалізації та поширення власного телеграм-каналу є менеджмент [4], [43], [70] та ризики, які можуть виникнути під час розвитку даної платформи в інформаційному полі. Telegram-канал можуть бути використані як особистий блог, для розвитку великих брендів, проведення політичних кампаній чи медіаплатформ.

Перш ніж почати керувати каналом, необхідно чітко визначити мету, яку ви хочете досягти. Це може бути збільшення підписників, створення освітньої платформи, просування продукту або послуг, чи формування спільноти за інтересами та потребами. Мета визначатиме зміст і стиль контенту, що публікується.

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» має інформаційно-просвітницький характер.

Наступним кроком є визначення цільової аудиторії. Важливо зрозуміти, своїх підписників, їх вік, інтереси, рівень освіти, професія тощо. Для цього з допомогою вбудованих в Telegram інструментів, наприклад, опитування, через

чергу певних питань окреслити портрет підписника. А визначивши його, відповідно формувати контент і ton-of-voice.

Цільова аудиторія має бути основою для формулювання контенту та взаємодії з нею. Різні типи контенту будуть зацікавлювати різні групи людей, тому адаптація каналів для специфічних цільових груп є ключовим моментом у стратегії управління.

Контент є серцем будь-якого каналу, тому створення контент-стратегії — це важливий етап у розвитку Telegram-каналу. Контент повинен бути регулярним, актуальним і корисним для аудиторії.

На прикладі власного Telegram-каналу «Пропаганда у радянському кіно», а також перспективи його розвитку можна вивести декілька принципів контент-стратегії:

- **Різнобічність.** Створення дописів не тільки про пропагандистські наративи в радянському кіно, а й використовувати дотичну тематику. Зокрема, факти пропаганди в часи срср в цілому.
- **Різноманітність.** Публікація різних видів контенту — текстові дописи, зображення, відео, опитування, інфографіки, новини. Різноманітний контент збільшує інтерес та утримує увагу аудиторії.
- **Регулярність.** Система регулярних публікацій дозволяє тримати підписників зацікавленими і мотивує їх відслідковувати канал. Важливо дотримуватися певного графіку публікацій, аби аудиторія знала, коли очікувати новий контент. На цьому каналі дописи створюються тричі на тиждень під хештегами: #фактипропаганда, #думка\_експерта, #фрагменти #наративи.
- **Корисність.** Інформація має бути корисною для підписників, відповідати їх інтересам, потребам або цілям. Публікації повинні додавати цінність у вигляді порад, оглядів, аналітики чи навіть розваг.

- **Актуальність.** Контент повинен бути актуальним і відповідати поточним трендам чи подіям: оперативне реагування на зміни і у тематиці каналу та оновлення.

Також важливо приділяти увагу оформленню контенту. Зображення, відео та інші візуальні елементи повинні бути високої якості, а текст — логічними і зручним для сприйняття (абзаци, без перевантаження емодзі).

Для управління telegram-каналами зручно використовувати вбудовані можливості для спрощення взаємодії з підписниками та автоматизації процесів.

*Закріплення дописів.* Підвищення важливості певних дописів за допомогою функції пінгування дозволяє залишати найважливіший контент на верху каналу, що забезпечує його швидку доступність.

*Збір аналітичних даних.* Моніторинг статистики каналу — кількість переглядів, коментарів, охоплення, взаємодії з контентом. Ця інформація допомагає аналізувати ефективність контенту та коригувати стратегію.

*Боти.* Допомагають автоматизувати процеси управління каналом, наприклад, допомогти з організацією опитувань, збором відгуків, статистики та з публікацією контенту за розкладом. Функція відкладеного допису дозволяє при потребі змінювати час і день публікації.

Взаємодія з підписниками є невід'ємною частиною успішного управління каналом. Підтримка зворотного зв'язку через коментарі або особисті повідомлення допоможе гуртувати спільноту за інтересами навколо каналу. Варто не залишати питання підписників без відповідей.

Telegram дозволяє проводити опитування і голосування, що не лише підвищує залучення підписників, але й дозволяє дізнатися їхні думки з певних питань. Цей підхід допоможе зрозуміти вподобання аудиторії і знайти теми, які б були цікаві їй.

Важливим вважається привітання нових підписників та подяка за їх приєднання до каналу. Це може бути автоматизовано за допомогою ботів. Для

стимулювання активності та залучення нових підписників можна проводити конкурси, розіграші, або надавати ексклюзивні пропозиції.

Telegram дозволяє монетизувати канал, якщо він набирає популярності. Величезна аудиторія Telegram стала привабливою для бізнесу. Спочатку сформувався неофіційний рекламний ринок, а у 2022 році Telegram запусив офіційну платформу для розміщення реклами — Telegram Ads. Проте умови її використання виявилися недосяжними для багатьох агенцій через необхідний депозит у 2 мільйони євро, з яких лише половину можна було витратити на рекламу. Незабаром після цього розпочалася повномасштабна війна, і наразі Telegram Ads в Україні не працює [35].

Реклама на каналах — один з найпоширеніших способів заробітку. Це може бути як пряма реклама від брендів, так і продаж оголошень або рекламних постів на каналі.

Офіційна реклама в Telegram виглядає як короткий допис, що з'являється після всіх публікацій у каналі. Власник каналу не має впливу на зміст або мову таких повідомлень. Користувачі неодноразово помічали російськомовну рекламу в українських каналах, хоча рекламодавцям надається можливість обирати канали за мовою. Водночас власники каналів не можуть обмежити показ такої реклами у своїх каналах.

Спонсорвані пости відображаються у великих загальнодоступних каналах із понад 1000 підписників і мають обмеження в 160 символів. Їхній зміст базується на тематиці публічних каналів, у яких вони з'являються.

У Telegram пояснюють, що відсутність детального таргетингу є не недоліком, а перевагою, що відповідає принципам безпеки даних користувачів. Компанія підкреслює, що дані користувачів не збираються та не аналізуються для відображення реклами, і всі користувачі, які переглядають певний канал, бачать однакові спонсорвані повідомлення. Цей підхід закріплений в описі платформи.



Основними рекламодавцями в Telegram є інші Telegram-канали, які прагнуть збільшити кількість підписників. Також популярністю користується реклама локальних бізнесів у регіональних каналах, орієнтована на пошук клієнтів. Серед рекламодавців помітно багато освітніх курсів і заходів.

Окрему категорію становлять казино, криптовалютні проекти та букмекерські контори, які мають труднощі з пошуком трафіку. До того ж великі бренди використовують Telegram як додатковий PR-канал. У відповідні періоди значного розвитку набуває політичний маркетинг.

Реклама у Telegram-каналах зазвичай має обмежений час перебування.

Популярними форматами є 1/24, 4/48 та 6/72. Перша цифра вказує на кількість годин, протягом яких пост залишатиметься у топі каналу (тобто не з'явиться новий допис), а друга — на загальний час перебування публікації в каналі.

Для вибору каналів для реклами використовуються спеціальні платформи, як-от TGStat або Telemetr, які надають аналітику каналу. Завдяки цим платформам можна побачити кількість активних підписників, кількість репостів, динаміку зростання підписників та інші показники. Це важливо, оскільки на ринку існують випадки створення фіктивних каналів і імітації активності з метою продажу реклами початківцям.

Створити прибутковий канал у Telegram сьогодні важче, ніж кілька років тому. Власник мережі регіональних Telegram-каналів, а також блогу для адмінів «Адмінські Угіддя» Єгор Зінченко зазначає: «Я б не став зараз запускати канал із бюджетом менш ніж 200 тис. грн. З меншою сумою канал розкрутити буде складно. 200 тис. грн дозволить мати канал з вартістю однієї публікації приблизно 1000 грн».

Найпоширенішим форматом просування у Telegram є розміщення реклами в інших каналах. Зазвичай адміністратори великих каналів створюють та утримують мережу маленьких каналів, які перетікають трафік між собою. Також використовуються інші джерела трафіку для розкрутки.

Вартість реклами у Telegram не завжди визначається об'єктивними чинниками, а часто залежить від бажання власника каналу. Наприклад, на одній із бірж канал з новинами, який має майже мільйон підписників, оцінює рекламу в 43 тис. грн. Канал Юрія Романенка з 709 тис. підписників просить трохи менше — 39 тис. грн. Пост у каналі журналіста Цаплиєнка, де більше 341 тисяча підписників, коштує близько 6000 грн, так само як і в каналі «Львівський криптан» з 12 тис. підписників. Канали, які присвячені криптовалютам, метавсесвітам, NFT та подібним темам, зазвичай оцінюють рекламу значно дорожче, що свідчить про те, що ця сфера колись була перенасичена грошима.

Якщо канал бізнесовий або пропонує послуги, можна використовувати його для продажу через посилання на магазини, онлайн-курси або консультації. Можна створити ексклюзивний контент, доступ до якого будуть мати лише підписники, що сплатили підписку.

Управління Telegram-каналом вимагає стратегії, аналітики, творчого підходу і регулярної взаємодії з підписниками. Успішне ведення каналу залежить від якості контенту, взаємодії з підписниками та залучення нових, а також використання всіх доступних інструментів для автоматизації та монетизації.

Ведення Telegram-каналу може бути дуже перспективним і вигідним, але супроводжується певними ризиками. Серед них можуть бути юридичні, технічні, організаційні, а також соціальні та психологічні фактори, які можуть мати серйозні наслідки для власників каналів [27], [53], [62].

«Telegram є одним із найменш прозорих великих застосунків. Маючи понад 700 мільйонів користувачів, ми не володіємо інформацією про його фінансування, юрисдикцію чи місцезнаходження серверів. До того ж, у ньому відсутнє наскрізне шифрування, а дані користувачів зберігаються на серверах компанії безстроково», — зазначає Ярослав Ажнюк, підприємець і засновник

Petcube, який активно висловлюється про ризики використання Telegram для українців [35].

Наприкінці вересня 2023 року Національна рада з питань телебачення і радіомовлення України спільно з профільними відомствами почала працювати над регулюванням Telegram. Експерти ради вважають, що цей месенджер перетворився на платформу для поширення пропаганди та мови ворожнечі. Зокрема, його активно використовують росіяни та заборонені в Україні медіа для просування своїх наративів.

6 грудня 2023 року на платформі електронних петицій було опубліковано заклик до блокування Telegram для користувачів в Україні через загрози національній безпеці. Протягом двох днів петицію підписали менше тисячі осіб [53].

#### *Про офіційну співпрацю Telegram з владою рф*

Останній технічний аудит Telegram було проведено у 2017 році, після чого месенджер тимчасово заблокували. Однак, у червні 2020 року Роскомнадзор скасував вимоги щодо блокування Telegram, «позитивно оцінивши» висловлену засновником месенджера готовність протидіяти тероризму та екстремізму. За кілька місяців до зняття заборони віцепрезидент Telegram Ілля Перекопський взяв участь у панельній дискусії з прем'єр-міністром рф Михайлом Мішустіним, а також публічно відпочивав з губернатором Вологодської області та керівником обласного осередку партії «Єдина Росія».

У вересні 2023 року російський сенатор і воєначальник Віктор Бондарєв зазначив, що раніше новинні канали могли бути тільки в Telegram, який є частиною «дружнього рф інформаційного простору». Президент рф Володимир Путін також висловився про позитивну взаємодію з Telegram, підкреслюючи, що застосунок та російська влада «нормально взаємодіють».

У 2023 році Telegram раптово зник із переліку боржників, і борги компанії «списали», хоча незрозуміло, в яких рамках відбувається співпраця з російським урядом в контексті боротьби з тероризмом і хто визначає ці рамки.

### *Юридичні ризики*

Одним з основних ризиків є порушення законодавства, яке може призвести до штрафів, блокування каналу або навіть кримінальної відповідальності. Наприклад, якщо контент каналу містить порушення авторських прав, заклики до насильства, ненависті або інші кримінальні дії, це може стати підставою для втручання правоохоронних органів. Також важливо пам'ятати про закони, що регулюють рекламу, захист персональних даних та інші специфічні питання.

Ризики порушення авторського права стають особливо актуальними при публікації контенту, на який у вас немає прав. Власники авторських прав можуть подати позови до суду або звернутися до Telegram для видалення незаконно розповсюджених матеріалів. Щоб уникнути цього, важливо використовувати матеріали, що належать вам.

При монетизації каналу через рекламу важливо уникати порушення законів про рекламу. Зокрема, реклама повинна бути позначена відповідно до вимог, а також не порушувати етичні стандарти. Наприклад, реклама продуктів, що можуть бути шкідливими для здоров'я, або оманливі рекламні практики можуть спричинити юридичні наслідки.

### *Технічні ризики*

Telegram-канали є популярними мішенями для хакерських атак. Зловмисники можуть спробувати вкрати доступ до вашого каналу або використовувати його для поширення шкідливого програмного забезпечення. Канал може бути атаковано за допомогою ботів або DDoS-атак, що може призвести до тимчасової недоступності каналу.

Іншим серйозним технічним ризиком є втрата доступу до каналу через помилки у безпеці або технічні збої. Якщо хтось отримає доступ до вашого

акаунту (наприклад, через фішинг або слабкі паролі), це може призвести до втрати всього контенту та доступу до підписників. Рекомендується використовувати двофакторну автентифікацію для захисту облікового запису.

Щоб увімкнути двоетапну автентифікацію в Telegram на Android, відкрийте налаштування додатка, перейдіть до розділу безпеки та знайдіть опцію для налаштування двоетапної автентифікації. Введіть бажаний пароль і підтвердіть його. Можна додати підказку для пароля.

У Telegram наскрізне шифрування повідомлень не є стандартною функцією, як у Signal, Threema чи WhatsApp. Для забезпечення цієї функції необхідно використовувати «секретні чати», що є окремою опцією. В основному, близько 99% повідомлень у Telegram обробляються без наскрізного шифрування, що робить можливим перехоплення даних на різних етапах їхнього трансферу, включаючи сервери.

Всі дані, які ви створюєте в Telegram, такі як метадані, чати, фото, відео і аудіо, зберігаються на серверах компанії назавжди, навіть якщо користувач видаляє їх зі свого пристрою, оскільки застосунки служать лише для взаємодії з Telegram.

Більшість користувачів Telegram надає сервісу доступ до своїх контактів, що зберігаються на їхніх телефонах та комп'ютерах. Цю інформацію Telegram зберігає на своїх серверах, що означає, що на сервери потрапляє не тільки інформація про користувачів, але й про тих, хто не надавав месенджеру доступу до своїх контактів, або взагалі не користується Telegram.

Це може викликати питання довіри до платформи, особливо з огляду на те, що розробники Telegram можуть бути прямо чи опосередковано пов'язані з країною-агресором.

Зважаючи на те, наскільки широко проникнув Telegram в Україні, компанія зберігає інформацію практично про всіх її мешканців і про структуру їхніх соціальних мереж. Контактні дані можуть містити описову інформацію про зв'язки між людьми, як-от «ОСББ», «лікар», «бухгалтер». Це створює

цінний ресурс для профайлінгу навіть тих, хто намагається уникати використання російського месенджера.

### *Організаційні ризики*

З часом, навіть при якісному контенті, може виникнути проблема з низькою активністю підписників. Зниження інтересу до каналу може бути спричинене різними факторами: зміною інтересів аудиторії, недоліком нових та цікавих матеріалів, або перенасиченням ринку схожими каналами. Важливо постійно аналізувати поведінку підписників, вивчати їх вподобання та адаптувати контент відповідно до змін у їх запитах.

Іншою проблемою є конкуренція з іншими каналами. В умовах великої кількості каналів на одну і ту ж тему важко зберігати увагу підписників і продовжувати зростання. Крім того, можуть з'являтися канали-копії, що просто повторюють ваш контент, знижуючи його унікальність та доходи.

### *Соціальні та психологічні ризики*

Ведення Telegram-каналу може вплинути на репутацію його власника. Невдалі рішення, необережні заяви або неякісне управління контентом можуть призвести до негативної реакції підписників або до суспільного осуду. Важливо бути обережним у виборі тем, а також підтримувати високий рівень етики в управлінні каналом.

Іноді навіть найкраще організовані канали потрапляють у кризові ситуації. Це може бути через конфлікти з підписниками, кризу контенту, політичні чи соціальні спірні питання. Власникам важливо мати план дій на випадок такої ситуації: як швидко реагувати на негатив, як зберегти свою аудиторію та вирішити конфлікти.

Крім того, що Telegram-канал вимагає постійного оновлення контенту та взаємодії з підписниками, ведення каналу може стати великим джерелом психологічного навантаження. Оскільки люди часто оцінюють вас через контент каналу, надмірна увага до підписників і постійний контроль можуть призвести до вигорання або стресу.

### *Психологічні ризики для підписників*

Ризик маніпуляції є не тільки для власника каналу, а й для підписників. Канали можуть використовувати психологічні трюки, щоб маніпулювати своїми підписниками, впливати на їх емоції, чи навіть вчинки. Це особливо актуально для каналів, що займаються пропагандою або поширенням сумнівної інформації.

Крім того, канали, які спеціалізуються на екстремістських поглядах або теоріях змови, можуть призвести до ізоляції своїх підписників від зовнішнього світу, створюючи у них спотворене уявлення про реальність. Це може вплинути на їх соціальні стосунки та світогляд.

Попри всі попередження та ризики, навряд чи Telegram буде заборонено в Україні. Месенджер активно використовується навіть у важливих волонтерських проєктах, які здатні збирати величезні суми за короткий час. Наприклад, у одному з найбільших українських каналів «Николаевский Ванек» було зібрано 1 100 000 грн менш ніж за дві години — з 4-ї по 6-ту ранку.

Власний проєкт телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» стартував в серпні 2024 року [29]. Його мета — викривати брехню. Брехню про українців, якою досі можемо жити, колись піддавшись м'якій пропаганді у формі кіно.

Контент-план каналу передбачає публікацію дописів тричі на тиждень, що висвітлюють різні аспекти радянських кінематографа та пропаганди. Серед них огляди фільмів із розбором пропагандистських елементів, історії створення кінокартин, біографії режисерів, акторів та сценаристів кінострічок минулого, візуальні матеріали (кадри з фільмів, постери), загальні факти пропаганди для формування розуміння історичного контексту.

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» за класифікацією є довготривалим, повторюваним, загальнонаціональним, комбінованим інтернет-проєктом.

Канал орієнтований на користувачів, зацікавлених у кінематографі, історії, ідеології та пропаганді. Поки що їхня кількість 14 осіб. Канал використовує різноманітні формати для подачі інформації: огляди фільмів, думки експертів, візуальні матеріали (дизайни). В планах — опитування і взаємодія з аудиторією.

Канал планується поширюється через органічне зростання, колаборації з іншими каналами, спеціальні пости та підбірки, спеціальні дописи про канал в соцмережах, рекламу, домовленості з блогерами. Канал функціонує українською мовою і має на меті співпрацювати з україномовними ресурсами. На каналі за замовчуванням заборонені хейтерство та нецензурні вислови.

Telegram-канал «Пропаганда у радянському кіно» має інформаційно-просвітницький характер. На ньому дописи створюються під хештегами: #фактипропаганда, #думка\_експерта, #фрагменти #наративи.

Telegram дозволяє монетизувати канал при певній його популярності, в Україні поширений спосіб — реклама на інших каналах.

Ведення Telegram-каналу супроводжується певними ризиками. Серед них юридичні ризики, що пов'язані з порушенням законодавства. Технічні ризики — загроза хакерських атак і збоїв в системі, для чого доречним вмикати увімкнуту двоетапну аутентифікацію в Telegram для безпеки даних. Можуть виникнути також організаційні ризики, як то низька активність підписників, конкуренція, та соціально-психологічні ризики (підрив репутації власника, вигорання або стресу через високу відповідальність. Психологічні ризики для підписників пов'язані, зокрема, з маніпуляціями.

Управління Telegram-каналом вимагає стратегії, аналітики, творчого підходу і регулярної взаємодії з підписниками. Успішне ведення каналу залежить від якості контенту, взаємодії з підписниками та залучення нових, а також використання всіх доступних інструментів для автоматизації та монетизації.



Ведення Telegram-каналу — це не лише можливість заробітку чи поширення контенту, але й серйозний виклик для власників, який пов'язаний з низкою ризиків. Від юридичних та технічних до соціальних і психологічних — кожен з них може вплинути на ефективність діяльності каналу. Планування стратегії управління каналом є запорукою мінімізації ризиків.

## РОЗДІЛ III. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВЕДЕННЯ ВЛАСНОГО ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ

### 3.1. Місце та роль телеграм-каналу «Пропаганда у радянському кіно» в інформаційному полі

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» займає специфічне місце в сучасному інформаційному полі, зосереджуючи свою увагу на аналізі та розкритті пропагандистських елементів радянського кінематографа. Його роль можна описати через кілька ключових аспектів:

**Культурно-історичний аналіз.** Канал сприяє глибшому розумінню того, як радянська влада використовувала кіно як інструмент пропаганди. Аналізуючи сюжети, героїв та ідеологічні наративи, він допомагає розкрити, які політичні, соціальні та культурні меседжі намагалися донести до суспільства через кіномистецтво. Це дає можливість сучасним читачам критично оцінювати радянське минуле і його вплив на масову свідомість і сьогодні.

**Освітня функція.** Телеграм-канал виконує свою роль в освіті своєї аудиторії, надаючи інформацію, яка часто не входить до загальновизнаного історичного наративу. Завдяки оглядам фільмів, поясненням контексту і викриттю маніпуляцій, цей канал допомагає глядачам краще зрозуміти, як кіно могло впливати на формування світогляду в радянському союзі.

**Актуалізація теми пропаганди.** В умовах сучасних інформаційних і гібридних війн тема пропаганди залишається актуальною. Канал показує, як кінематограф використовувався для формування певного політичного порядку денного, і через це надає можливість розглянути сучасні медіа-інструменти під схожим кутом. Це може допомогти користувачам краще орієнтуватися в інформаційному полі, критично оцінювати контент та розпізнавати елементи пропаганди в сучасних медіа.

**Формування спільноти.** Канал також може слугувати місцем для обговорення та обміну думками серед користувачів, які цікавляться кіно та

пропагандою. Така спільнота допомагає розширити дискусії на тему впливу медіа на суспільство як у минулому, так і в сьогоденні.

Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» займає своє місце в інформаційному полі сучасності. Його фокус — на аналізі та розкритті наративів радянської пропаганди і викриття брехні, яку вони породжували десятиліттями. Його роль можна описати через такі аспекти, як:

- **культурно-історичний аналіз**, який дозволяє читачам критично дивитися на радянське минуле і його вплив на масову свідомість сьогодні;
- **освітня функція**, що допоможе оцінити, яким чином здійснювалося формування світогляду;
- в сучасних умовах, особливо за російсько-української війни тема пропаганди залишається **актуальною**.

Завдяки оглядам фільмів, аналізу історичного контексту та викриттю пропагандистських маніпуляцій, цей канал сприяє глибшому розумінню того, як радянське кіно впливало на формування світогляду та ідеологічних переконань громадян сср і який вплив має сьогодні.

Канал в подальшому може слугувати платформою для обговорення, де користувачі можуть ділитися своїми думками, аналізувати кінострічки та ставити запитання, сприяючи активному діалогу та підвищенню медіаграмотності аудиторії.

### **3.2. Принципи формування контенту та взаємодія з аудиторією**

Принципи ґрунтуються на кількох основних підходах, які забезпечують ефективну подачу інформації та активну взаємодію з користувачами:

1. *Аналіз і дослідження*. Один із ключових принципів формування контенту — це аналіз фільмів радянської епохи. Канал вже подає розбори конкретних кінокартин, зокрема, стрічок О. Довженка, акцентуючи увагу на пропагандистських елементах, прихованих меседжах та ідеологічних складових.

2. *Доступність і простота викладу.* Для контенту використовуються прості, але інформативні формулювання, щоб забезпечити легкість сприйняття для всіх рівнів обізнаності у цій сфері.

3. *Використання візуального контенту.* Для покращення сприйняття інформації канал активно використовує візуальний контент: кадри з фільмів, постери, фрагменти, що ілюструють пропагандистські прийоми. Це робить контент наочнішим й залучає користувачів до глибшого занурення в тему.

4. *Інтерактивність і зворотний зв'язок.* На каналі планується взаємодія з аудиторією через опитування, коментарі та обговорення. Це дозволить користувачам брати участь у формуванні контенту, ставлячи питання чи пропонуючи фільми для розбору. Така взаємодія сприятиме розвитку спільноти навколо каналу і створенню простору для дискусій.

5. *Актуальність і темп подачі.* Контент публікується регулярно (тричі на тиждень) для утримання інтересу аудиторії. Матеріали підбираються відповідно до концепції в подальшому також — і на основі інтересів аудиторії.

6. *Фокус на просвітництві.* Освітня складова є важливим принципом формування контенту. На каналі в перспективі є задумка не лише констатувати пропагандистські елементи у фільмах, а й навчити аудиторію самостійно їх розпізнавати через певні вікторини, опитування. Це сприяє розвитку медіаграмотності і критичного мислення, що особливо важливо в умовах сучасної інформаційної насиченості.

Таким чином, принципи формування контенту телеграм-каналу «Пропаганда у радянському кіно» базуються на поєднанні аналітичного підходу, доступності для різної аудиторії, інтерактивної взаємодії та навчальної мети, що допомагає ефективно доносити інформацію і залучати користувачів до активної участі.

## ВИСНОВКИ

Для актуалізації теми пропаганди у сучасних інформаційних та гібридних війнах автором медіапроєкту обрана тема «Пропаганда у радянському кіно», втілена через формат Телеграм-каналу.

Проєкт телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» стартував в серпні 2024 року. Його мета — викриття брехні про Україну та українців, в яку вони повірили (і яка досі ще живе в мисленні) через м'яку пропаганду у формі кіно.

За класифікацією цей канал є довготривалим, повторюваним, загальнонаціональним, комбінованим інтернет-проєктом. Має інформаційно-просвітницький характер.

Контент-план Telegram-каналу «Пропаганда у радянському кіно» передбачає регулярну публікацію трьох дописів на тиждень, які розкривають різні аспекти радянської пропаганди в кіномистецтві.

Теми дописів охоплюють огляди фільмів із аналізом сюжетів та використаних пропагандистських елементів, історії створення кінокартин, та біографії режисерів, сценаристів і акторів, що демонструють їхній внесок у кіноіндустрію та взаємодію із радянською владою, візуальні матеріали (кадри з фільмів, постери), загальні факти пропаганди для формування розуміння історичного контексту.

Канал орієнтований на користувачів, зацікавлених у кінематографі, історії, ідеології та пропаганді. Поки що їхня кількість 14 осіб.

Канал використовує різноманітні формати для подачі інформації: огляди фільмів, думки експертів, візуальні матеріали (дизайни). В планах — опитування і взаємодія з аудиторією.

Для дослідження і аналізу, а також подальшого використання як матеріали для контенту в Телеграм-канал «Пропаганда у радянському кіно» обрано три фільми О. Довженка: «Звенигора» (1928), «Арсенал» (1929), «Земля» (1930).

Фільми зняті в жанрі німого кіно і не відносяться до періоду творчості автора, коли він був змушений виконувати «соціальні замовлення». Тому ці стрічки не є відверто агітаційними на користь радянської влади і не мають антиукраїнської спрямованості.

До антиукраїнських наративів віднести ідеї колективізації та образу «нової людини» в стрічці «Земля». Висміювання, подача в карикатурному вигляді, українських націоналістів в «Звенигорі» та «Арсеналі». В останніх стрічках яскраво відображені і антирелігійні мотиви, що не менш важливо з огляду на християнські витоки України.

У кожній із цих стрічок поряд із антиукраїнськими наративами, що відображають віру митця у світлі ідеали комунізму, відчувається і глибокий біль за долю України.

Канал планується поширюється через органічне зростання, колаборації з іншими каналами, спеціальні пости та підбірки, спеціальні дописи про канал в соцмережах, рекламу, домовленості з блогерами.

Проект функціонує українською мовою і має на меті співпрацювати з україномовними ресурсами. На каналі заборонені хейтерство та нецензурні вислови. На каналі використовуються тематичні хештеги.

Платформа Telegram-канал «Пропаганда у радянському кіно» націлена на вирішення актуальних питань, спрямованих на формування медіаграмотного суспільства. Серед них викриття наративів у радянському кіно; відновлення національної гідності; підвищення рівня медіаграмотності; ознайомлення з історичною кіноспадщиною; правдиві факти про митців срср.

Менеджмент Telegram-каналу вимагає стратегії, аналітики, творчого підходу і регулярної взаємодії з підписниками. Успішне ведення каналу залежить від якості контенту, взаємодії з наявною аудиторією і залучення нових підписників, використання всіх доступних інструментів для автоматизації процесів.

Ведення Telegram-каналу пов'язане з ризиками. Від юридичних та технічних до соціально-психологічних. Мінімізувати ризики допоможе планування стратегії управління каналом.

Завдяки оглядам фільмів, аналізу історичного контексту та викриттю пропагандистських маніпуляцій Telegram-канал «Пропаганда у радянському кіно» сприяє глибшому розумінню впливу радянського кіно на формування світогляду та ідеологічних переконань громадян срср.

Канал в подальшому може слугувати платформою для обговорення, де користувачі можуть ділитися своїми думками, аналізувати кінострічки та ставити запитання, сприяючи активному діалогу та підвищенню своєї медіаграмотності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Natalia. Олександр Довженко / Natalia. Центр Літератури та Культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://stus.center/p/dovzhenko-oleksandr-petrovich-84921>
2. Telemetr — Каталог Telegram-каналів в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://telemetr.io/uk/catalog/ukraine>.
3. TGStat — Статистика для Telegram-каналів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://tgstat.ru/>.
4. Prima J., Цапліна А. Як створити канал у Телеграм: інструкція та лайфхаки / J.Prima., А.Цапліна [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://sendpulse.ua/blog/create-telegram-channels>.
5. Арсенал (реж. О. Довженко, 1928) / Щось цікаве на Youtube. [Відео]. — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=SSFnf88X-5E>
6. Арсенал (фільм) [Електронний ресурс] // Wikipedia. — Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D0%BB\\_\(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D0%BB_(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC)).
7. Белей Л. Пропаганда: історія питання / Л. Белей [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://uchoose.uacrisis.org/propaganda-istoriya-pytannya/>.
8. Беловолченко А. Чи дійсно Telegram безпечний: ми поговорили про це з владою, кіберекспертами й представниками самого месенджера? / А.Беловолченко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/is-telegram-truly-safe/>
9. Білий список: 11 медіа, що стали найкращими [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. — 26 квітня 2024. — Режим доступу: <https://imi.org.ua/news/bilyj-spysok-11-media-shho-staly-najyakisnishymu-i60964>.
10. Бондаренко І. С. Технології агітації й пропаганди як комунікаційні платформи радикального соціального інжинірингу: український досвід 20-х рр. ХХ ст. / І. С. Бондаренко // Держава та регіони. Сер. Соц. комунікації. -



2019. - № 3. - С. 84-91.

11. Брюховецька Л.І. “Звенигора”: оволодіння історичним часом / Л.І. Брюховецька // Магістеріум. — 2015. — Вип. 61. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d822762d-a3c7-4b15-9e86-00fe0879ba4b/content>.

12. Бурундукова М. Довженко і Сталін: проблеми взаємовідносин митця і можновладця // Вісник ТДТУ. — 1996. - №1. — ст.. 136-143. — (Філософія).

13. Вікіпедія. Агітпроп / Вікіпедія. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Агітпроп>.

14. Вікіпедія. Радянська пропаганда / Вікіпедія. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Радянська\\_пропаганда](https://uk.wikipedia.org/wiki/Радянська_пропаганда).

15. Войтенко В. М. Агітпроп / В. М. Войтенко. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://vue.gov.ua/Агітпроп>.

16. Вплив телеграм-каналів, ChatGPT та медіаграмотність. Які матеріали на сайті ЖТА читали найбільше протягом 2023 року [Електронний ресурс] // Журналістська академія. — 28 грудня 2023. — Режим доступу: <https://www.jta.com.ua/trends/vplyv-telehram-kanaliv-chatgpt-ta-mediahramotnist-yaki-materialy-na-sayti-jta-chytaly-naybilshe-protiahom-2023-roku/>.

17. Гембарський А. Телеграм-канал з нуля: секрети створення та рецепт цікавого контенту / А. Гембарський [Електронний ресурс] // Speka. — 30 травня 2023. — Режим доступу: <https://speka.media/telegram-kanal-z-nulya-sekreti-stvorennya-ta-recept-cikavogo-kontentu-9wj63p>.

18. Гриневич В. “Постать О. Довженка крізь призму “Щоденника” / В.Гриневич // DSpace Ужгородського національного університету. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/25145/1/%D0%92%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%80%20%D0%93%D0%A0%D0%98%D0%9D%D0%95%D0%92%D0%98%D0%A7.pdf>.

19. Грицак Я. Як виник міф про “братні народи”? / Я. Грицак [Електронний

- ресурс]. — Режим доступу: <https://uinp.gov.ua/informaciyni-materialy/rosiysko-ukrayinska-viyna-istorychnyy-kontekst/yaroslav-grycak-yak-vynyk-mif-pro-bratni-narody>.
20. Довженко і пропаганда: правда та міфи про митця // YouTube. — 2023. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=HFII5VjXIug>.
21. Довженко Олександр Петрович / OnlyArt. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://onlyart.org.ua/biographies-poets-and-writers/dovzhenko-oleksandr-biografiya/>
22. Довженко Олександр Петрович / Одеська кіностудія. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.odesafilmstudio.com.ua/uk/about/persons/dovzhenko>.
23. Дудіна Т. “Щоденник” (1941–1945 роки) Олександр Довженко (стислий переказ) / Т.Дудіна. - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ru.osvita.ua/school/hrestomatiya/11class/87235/>.
24. Дуцик Д., Плис А., Сичова А., Почапська О., Юркова О. Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту / Д. Дуцик, А. Плис, А. Сичова, О. Почапська, О. Юркова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Telegram-Channels-2023.pdf>.
25. Дьоміна К. Як підключити реакції, урли та коментарі в Телеграм? Де подивитись Статистику каналу / К. Дьоміна [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://itforce.ua/blog/kak-podklyuchit-bot-reakcij-urlov-kommentariy-i-oprosov-v-telegram-statistika/>
26. Єфіменко Г. “Петлюровці”, “петлюрці”, “петлюрівці”, “петлюрівщина” у часі та просторі / Г. Єфіменко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2022/10/3/161859/>.
27. Загрози месенджера Telegram: що потрібно знати про ризики користування улюбленим месенджером? [Електронний ресурс] // CyberLab. — Режим доступу: <https://cyberlab.ua/archives/5413>

28. Звенигора 1928 Олександр Довженко / History Club — YouTube. [Відео]. — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=sYL5aK8Zku8>.
29. Зеленцова Г. Пропаганда в радянському кіно. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://t.me/propagandavkino>
30. Земля 1930 | Режисер Олександр Довженко / Класика Українського Кіно. [Відео]. — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=yjsEH11hs14>
31. Звенигора (фільм) / Wikipedia. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B0\\_\(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B0_(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC)).
32. Земля (фільм, 1930) / Wikipedia. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B5%D0%BC%D0%BB%D1%8F\\_\(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC,\\_1930\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B5%D0%BC%D0%BB%D1%8F_(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC,_1930)).
33. Ількович В.М. Становище та ідеологічні орієнтири українського радянського кінематографу (1945 – середина 1950-х рр.) / В.М. Ількович // Гілея: науковий вісник. — 2017. — Вип. 118. — С. 90–93. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2017\\_118\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2017_118_23).
34. Козицький А. Совецька й російська пропаганди: паралелі / А.Козицький. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://holodomormuseum.org.ua/news-museji/sovietska-j-rosijska-propahandy-paraleli/>.
35. Коноплицький С. Як заробляють на Telegram-каналах в Україні / С.Коноплицький [Електронний ресурс] // Speka. — Режим доступу: <https://speka.media/yak-zaroblyayut-na-telegram-kanalax-v-ukrayini-py22k9>
36. Кузіна К. Як створити “ворога”: дегуманізація українців радянським агітпропом / К. Кузіна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uamoderna.com/war/yak-stvoryty-vorooha-dehumanizatsiia-ukraintsiv-radianskym-ahitpropom/>.
37. Кузнєцова Т. Олександр Довженко – художник: до 125-річчя від дня народження (1894-1956) / Т. Кузнєцова [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

- [http://kotsubinsky.org/news/oleksandr\\_dovzhenko\\_khudozhnik\\_do\\_125\\_richchja\\_vid\\_dnja\\_narodzhennja\\_1894\\_1956/2019-09-09-1472](http://kotsubinsky.org/news/oleksandr_dovzhenko_khudozhnik_do_125_richchja_vid_dnja_narodzhennja_1894_1956/2019-09-09-1472)
38. Куцька О. Радянські органи пропаганди та їх функції в період Великої Вітчизняної війни (1941-1945 рр.) / О. Куцька // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Історичні науки. — 2013. — Вип. 20. — С. 122–129. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoai\\_2013\\_20\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoai_2013_20_21).
39. Лисенко О. Як функціонують та завойовують аудиторію Telegram-каналів мільйонники: дискусія за результатами дослідження / О.Лисенко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.jta.com.ua/trends/yak-funktsionuiut-ta-zavoyovuiut-audytoriiu-telehram-kanaly-milyonnyky-dyskusiia-za-rezultatamy-doslidzhennia/>
40. Литвиненко В., Огороднік В. Військова цензура та політичний контроль у частинах Червоної армії та Військово-морського флоту / В. Литвиненко, В. Огороднік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://www.istpravda.com.ua/articles/2018/05/11/152445/view\\_print/](https://www.istpravda.com.ua/articles/2018/05/11/152445/view_print/).
41. Маслюк О.Г. Формування ідеологічних функцій радянського кінематографу в завершальний період Другої світової війни (1943–1945 рр.) / О.Г. Маслюк // Актуальні питання у сучасній науці: (Серія "Педагогіка", Серія "Право", Серія "Економіка", Серія "Державне управління", Серія "Техніка", Серія "Історія та археологія"). — 2023. — № 9. — С. 871–881.
42. Мельник Р., Лавришин Ю. У ГУР визнали, що Telegram містить низку загроз для безпеки України. / Р. Мельник Ю. Лавришин [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/222955/2024-02-14-ugur-vyznaly-shcho-telegram-mistyt-nyzku-zagroz-dlya-bezpeky-ukrainy/>
43. Михайлюк Ю. Як вести Telegram-канал правильно / Ю. Михайлюк [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://sendpulse.ua/blog/how-to-run-a-telegram-channel>.
44. Олександр Довженко: від творчості до пропаганди // YouTube. — 2023. [Електронний ресурс] — Режим доступу:

<https://www.youtube.com/watch?v=R2fSvXjhKZA>.

45. Олександр Довженко / Вікіпедія. — [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Довженко\\_Олександр\\_Петрович](https://uk.wikipedia.org/wiki/Довженко_Олександр_Петрович).

46. Олександр Довженко / Всеукраїнське фотокіноуправління. — [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://vufku.org/names/oleksandr-dovzhenko/>.

47. Олександр Довженко й Україна: біографія, фільми “Земля”, “Звенигора”, “Арсенал”. Цікаві факти. Лекція С.Тримбач - YouTube. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://youtu.be/wkdhxd4H09U>

48. Олександр Довженко – метеор на обрії безрадісного століття / Радіо Свобода. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/26545390.html>.

49. Пасіцельська О., Плис А., Сичова А. Медіаграмотність для людей старшого віку (60+) : аналітичний звіт / О. Пасіцельська, А. Плис, А. Сичова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/UMCI\\_MediaLiteracy\\_60\\_UA.pdf](https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/UMCI_MediaLiteracy_60_UA.pdf).

50. Поліковська Ю. Анонімні телеграм-канали поширюють фейки в ТікТок для залучення аудиторії – дослідження ІМІ / Ю.Поліковська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/33888/2024-01-03-anonimni-telegram-kanaly-poshyryuyut-feyky-v-tiktoku-dlya-zaluchennya-audytorii-doslidzhennya-imi/>.

51. Почепцов Г.Г. СРСР: країна, створена пропагандою / Г.Почепцов. - Харків: Фоліо, 2019. - 459 с.

52. Режисер Олександр Довженко: 5 фактів, які має знати кожен / Телеканал “Дім”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kanalDIM.tv/rezhyser-oleksandr-dovzhenko-5-faktiv-yaki-maye-znaty-kozhen/>.

53. Ризики Telegram: чи безпечно користуватися месенджером та чи пов’язаний він з ФСБ та ГРУ РФ — розповідають фахівці Cyber Division та Інституту дослідження кібервійни (ICWR) [Електронний ресурс] // Forbes

- Україна. — 2024. — 19 лютого. — Режим доступу: <https://forbes.ua/innovations/riziki-telegram-chi-bezpechno-koristuvatisya-mesendzherom-ta-chi-povyazaniy-vin-z-fsb-ta-gru-rf-rozpovidayut-fakhivtsi-cyber-division-ta-institutu-doslidzhennya-kiberviyni-icwr-19022024-19311>.
54. Романенко Т.В. Радянська цензура в засобах масової інформації Української РСР в роки Другої світової війни: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук / Т.В. Романенко. — Київ, 2014. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/36686/100191295.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
55. Самойленко Т.І. Кінематограф – мистецтво ХХ століття / Т.І. Самойленко // Гілея: науковий вісник. — 2014. — Вип. 82. — С. 83–87. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2014\\_82\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2014_82_23).
56. Самойленко Т.І. Українське кіно в умовах тоталітарного режиму. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. 2010. Т. 129, Вип. 116. С. 32–36.
57. Сахно О.В. Зарубіжні кінокритики та преса ХХ століття про фільми О.Довженка / О.В. Сахно // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. — 2018. — Вип. 50. — С. 311–317. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npifznu\\_2018\\_50\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npifznu_2018_50_37).
58. Семеній А.О. Образ ворога у радянському українському кіно 1919–1939 рр. / А.О. Семеній // Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. — 2020. — Том 2, № 12. — С. 50-57. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9246>.
59. Семеній А.О. Український кінематограф як засіб пропаганди історичної пам'яті у постсталінський період / А.О. Семеній // Архів кваліфікаційних робіт (2019–2020 ÷ 2022–2023 н.р.). — 2021. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://jarch.donnu.edu.ua/article/view/10705>.
60. Сливенко О. Як працює російська пропаганда в кіно / О.Сливенко

[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://glavcom.ua/digest/jak-pratsjuje-rosijska-propahanda-v-kino-967553.htm>.

61. Трейтяк О.М. Національна проблематика в кіноповідях та щоденниках О. Довженка [Електронний ресурс] : кваліфікаційна робота / О.М. Трейтяк; наук. керівник О.В. Пашко; Національний університет “Києво-Могилянська академія”. — Київ, 2023. — Режим доступу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e5e372a4-697c-489c-a999-039a60a6def5/content>.

62. Троян В. Причини відмови українських медіа від Telegram: безпека та дезінформація / В. Троян [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/blogs/prychyny-vidmovy-ukrayinskyh-media-vid-telegram-bezpeka-ta-dezinformatsiya-i63109>

63. Українські медіа в умовах широкомасштабної війни та економічної кризи / Київський національний університет будівництва і архітектури. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.knuba.edu.ua/wp-content/uploads/2023/04/1.pdf>.

64. Черков Г. Вплив методу соцреалізму на формування авторської концепції митця. До проблеми сучасного аналізу фільмів Олександра Довженка / Г. Черков // Українське мистецтвознавство. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/16963/57-Cherkov.pdf?sequence=1>

65. Шаповал, Ю. Непрощений Олександр Довженко і комуністичні спецслужби: Авторський текст, упорядкування документів, примітки / Ю. Шаповал. - Варшава-Київ-Харків: Інститут політичних досліджень Польська академія наук, 2022. - 354 с.

66. Шаповал Ю. Теоретичний націоналіст / Ю. Шаповал [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://zn.ua/ukr/HISTORY/teoretichniy-nacionalist\\_.html](https://zn.ua/ukr/HISTORY/teoretichniy-nacionalist_.html).

67. Що таке End-to-End шифрування, яке часто згадують, говорячи про месенджери / Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації

України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cip.gov.ua/ua/faqs/show-take-end-to-end-shifruvannya-yake-chasto-zgaduyut-govoryachi-pro-mesendzheri>.

68. Як налаштувати Telegram-бот за три хвилини: проста інструкція [Електронний ресурс] // Агенція медійного росту “Або”. — 16 березня 2019.

— Режим доступу: <https://agency-abo.medium.com/%D1%8F%D0%BA-%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D1%88%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B8-telegram-%D0%B1%D0%BE%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D1%82%D1%80%D0%B8-%D1%85%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0-%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-77fd314de5>

77fd314de5

telegram-%D0%B1%D0%BE%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D1%82%D1%80%D0%B8-%D1%85%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0-%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-

77fd314de5

77fd314de5

69. Яковенко Я. Війна й націоналізм у радянському кінематографі (1927—1941) [Електронний ресурс] / Я. Яковенко. – Режим доступу:

<https://commons.com.ua/uk/vijna-j-nacionalizm-u-radyanskomu-kinematografi/>.

70. Як створити Telegram-канал: інструкція [Електронний ресурс] // Para School. — 6 грудня 2021. — Режим доступу: <https://para.school/blog/smm/kak-sozdat-telegram-kanal>.



## ДОДАТКИ

Додаток 1. Романтизація війни та ностальгія: який контент поширюють у Facebook-групах, присвячених срср (дослідження Зеленьової Г.)

В 2024 році, коли минуло 33 роки від розпаду срср, у сучасній соцмережі Фейсбук, про яку не могло йтися при залізній завісі, можна цілком і повністю поринути у світ колишнього радянського союзу. Для цього потрібно лише стати гостем або учасником однієї з численних, а нараховано їх більше 100, груп у соцмережі Facebook, присвячених срср.

Романтизація війни та ностальгія - основні мотиви, присутні у вибраних StopFake групах для аналізу цього разу. Проєкт проводив подібне дослідження в 2021 році.

Об'єктами аналізу стали шість груп з мережі Фейсбук, три з яких присвячені темі радянського кіно:

“Советский экран/Киношедевры СССР”, що налічує 578,2 тисяч учасників. “Советское кино” - 440,3 тисячі учасників.

“КИНО И ЗАЩИТНИКИ НАШЕГО СССР / CINEMA AND DEFENDERS OF OUR USSR”, що має 188,1 тисячу учасників.

Та ще три групи, що зібрали прихильників срср, з відповідною кількістю учасників:

“NOSTALGIA - СССР” - 264,4 тисячі; “ВСПОМИНАЯ СССР” - 168,4 тисячі і

“Советский Союз....моя Родина!!!!!!” - 111,3 тисячі.

По кожній групі проаналізовано контент за період березень-квітень 2024 року при щоденній кількості дописів більше десяти.

### **Хто ще рветься в срср?**

За результатами опитування Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва (проводилося з 13 по 21 грудня 2022 року), кількість українців, які підтримують розпад срср, зросла в порівнянні з 2020 роком.

Так, 73% респондентів позитивно оцінюють розпад радянського союзу, ще 12% ставляться до події негативно, не визначилися — 15%. В опитуванні взяли участь більше 2000 респондентів від 18 років.

У 2020 році позитивно оцінювали розпад срср 49% українців, а 32% жалкували за ним, при чому на півдні та сході України негативна оцінка розпаду срср переважала.

Як свідчать результати опитування, яке провів майже в той же період (з 16 по 18 грудня 2022 року) російський Фонд «Громадська думка», 63% росіян шкодують про розпад срср. Більшість з них - старше покоління. 80% росіян вважають радянську епоху скоріше хорошим часом, що включає і молодь, яка не застала радянську епоху.

В проаналізованих групах 17 березня згадували референдум 1991 року щодо збереження срср. “Впервые советские граждане получили возможность выразить свое мнение о будущем страны”, - йдеться в одному з дописів. Його автор жалкує, що хоч за збереження проголосувало 76,4% населення срср, але внаслідок підписаних Біловезьких угоди він все одно розпався.



Кіно і німці

Кінематограф радянська влада завжди використовувала з метою пропаганди мрій, ілюзій, образів, стереотипів, які формували в мільйонів радянських людей «правильну» поведінку та відповідну систему цінностей.

“Из всех искусств важнейшим для нас является кино”. “Невмирущі” слова лєніна навіть стали гаслом однієї з проаналізованих груп, присвячених захисникам кіно та за сумісництвом - захисникам срср.

В групах, присвячених радянським фільмам, особлива увага приділена кінострічкам про Другу світову війну, де лейтмотивом є боротьба, героїзм та перемога радянської армії над нацистами. При чому одні й ті самі стрічки в групах нерідко дублюються.

Романтизація війни через популярні кінострічки минулого на військову тематику прослідковується не тільки в групах, присвячених кіно, але й в тих, де в цілому сумують за срср.



Серед таких фільмів: “Молодая гвардия”, “17 мгновений весны”, “В бой идут одни старики”, “Тегеран 43”, “Батальоны просят огня”, “Они сражались

за Родину", "Четыре танкиста и собака", "Торпедоносцы", "Лето рядового Дедова", "Назначаясь внучкой", "А зори здесь тихие", "Третья ракета", "Противостояние", "Летят журавли", "Небесный тихоход", "Возвращение сына", "Люди в океане" тощо.

В группах особливое місце займають фільми "Белое солнце пустыни" та "Неуловимые мстители". Стрічки хоч і не про Другу світову, але про подвиги головних героїв 20-х років минулого століття - красноармійців за часи Громадянської війни (1918-1923 рр.), яка закінчилася створенням сср.

"Неуловимые мстители" донині для учасників є героями.



Хоча групи позиціонують себе як "внеполитики", але до фільмів, зокрема, до стрічки "Молодая гвардия", зустрічаються доволі політичні коментарі:

Da Cunha Emilio

🚫 Пантія Клавдія для неофашистів герої Молодой Гвардии - как кость в горле. Поэтому и пытаются очернить их подвиг любыми средствами. Разумеется - они же боролись против современных "хероев", которым "слава". 🤢🤢🤢

8 ч. Нравится Поделиться

А “Белое солнце пустыни” чимало раз згадується в групах через чергову річницю виходу стрічки на телеекрани.



В групах розміщені численні дописи з коротким переказом сюжету військового фільму, де головні герої, як правило сміливі та шляхетні, перемагають ворога.

Телефильм по мотивам повести Е.А.Мухиной "Восемь сантиметров"  
(Воспоминания радистки-разведчицы Великой Отечественной войны -на столько она выросла за войну, в которой ей пришлось повоевать). Великая Отечественная война. Осень 1942 года, фашистские войска рвутся к Волге, идут тяжёлые бои под Сталинградом. Ради победы над врагом и освобождения своей Родины люди готовы жертвовать всем, даже своей жизнью. Все ... Ещё



Тему війни в групах просувають стрічками, де героями є діти, в тому числі, у військовій формі, які допомагають, зокрема, чекістам боротися з ворогом.

Присутність дитячого образу у фільмах, звичайно, не може не викликати захоплення юними патріотами своєї країни та транслює глядачу, що любов до батьківщини їм закладається ще змалку.

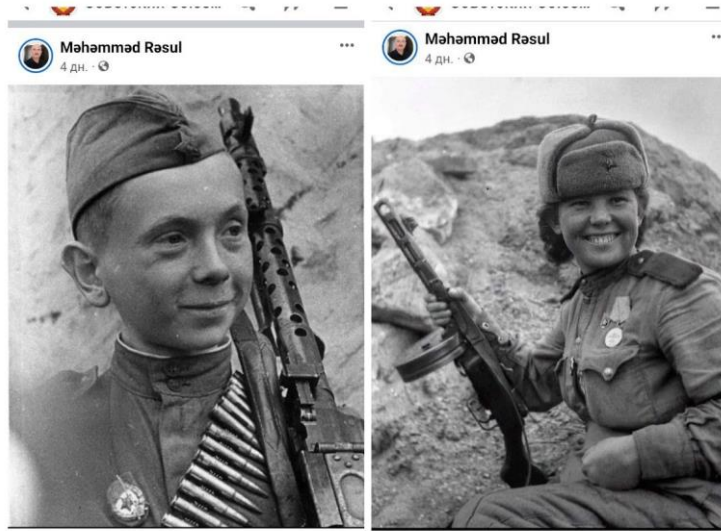
24 марта 1958 г. на экраны страны вышел фильм В. Скуйбина — «НА ГРАФСКИХ РАЗВАЛИНАХ».

В ролях: Владимир Сошальский, Борис Новиков, Георгий Гумилевский, Инна Фёдорова, Толя Новиков, Валя Ерофеев, Семён Морозов (дебют в кино), Геннадий Сергеев и др.

Во время гражданской войны мальчик Дергач потерял своих родителей и попал под влияние бандитов, ищущих спрятанный в развалинах имения клад. Мальчик противостоит бандитам, помогая чекистам их обезвредить.



Автори контенту в групах викладають архівні фото-портрети солдат, в тому числі жінок і підлітків у військовій формі та зі зброєю в руках, на яких вони демонструють щастя.



Автори дописів щодня вшановують військових персон, які зробили внесок в перемогу над фашистською Німеччиною, вихваляють осіб - двічі-тричі героїв радянського союзу.



Окрема увага приділена акторам радянського кіно, які були учасниками бойових дій за часи Другої світової війни і боролися проти фашистських загарбників.

Актьори - ветераны.



В колажі, присвяченому датам народження чи смерті акторів обов'язково присутні одна-дві їхніх фото у військовій формі на відповідну роль.





Не оминули тематику героїзму за часи Другої світової війни: автори контенту пропонують згадати безсмертні подвиги партизанів, на кшталт, Льоні Голикова в подоланні нацистських загарбників.



До теми війни додаються дописи і про досягнення військово-промислового комплексу радянського союзу.

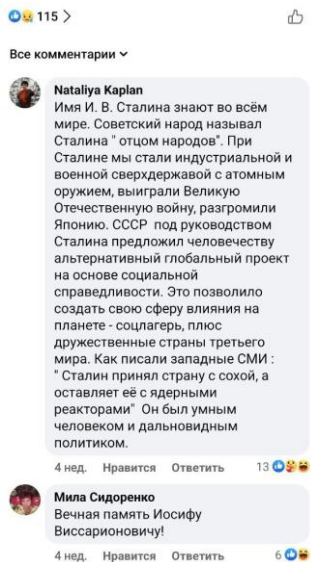


## Культ особистостей

Товарищі брежнєв і сталін - фаворити у стрічках обраних груп у Фейсбуці. Очевидний висновок - вожді живі, тому що пам'ять про них жива. І не просто вони живуть серед своїх прихильників в цих групах, а їх ідеалізують, порівнюючи з сучасним “недолугим” керівництвом (кого саме мають на увазі, не уточнюється), приписуючи першим шляхетні якості, таким чином, створюючи культ особистостей. Їх цитують, перераховують їхні заслуги, завдячують за свій добробут.



Як добре жилося при цих вождях пролетаріату учасникам груп, які сумують за срср, можна побачити в коментарях під портретами їхніх “батьків народу”.



Згадують і про 1 квітня, коли сталін оголошував чергове зниження цін на продукти харчування.



Хоча про те, що в сутності це було обвалом цін за 6 років поступового зниження та створило дефіцит бюджету срср на 57 млрд.рублів, ніхто не говорить або ніколи не цікавився причинами такого стану.

А закривали той дефіцит за рахунок підвищення продуктивності праці, тієї самої - "п'ятирічки за чотири роки".

Насправді, сталін переслідував інші цілі, а видавав їх за "підвищення добробуту населення союзу".

А саме населення продовжували закликати до більшої продуктивності праці, про що в групах теж йдеться, але як про предмет гордості.



Між вождями срер в обраних групах конкуренції немає, адже кожного з них учасники особливо відмічають в своїх коментарях.

Брежнев - це той, хто любив народ, був справжнім комуністом, при ньому люди жили мирно та були багаті.

157 >



**Orif Kuvanov**

Это единственный Ген Сёк который действительно заботился о народе СССР вечная память и слава пусть нынешние руководители берут с него пример !

1 дн. Нравится Ответить 1



**Уктам Джураев**

Вечная Слава Леониду Ильичу Брежневу. В эпоху его правления все народы СНГ жили как одно целое.

1 дн. Нравится Ответить 10

**Ахрор Сатторов** Уктам Джураев Очень пра...



**Иван Петренко**

Уважаю и преклоняюсь перед фронтовиком, участвовавшим в боях всю Великую Отечественную и возглавлявшим сводное подразделение 4-го Украинского фронта на Параде Победы 24 июня 1945 года!

1 дн. Нравится Ответить 6



**Soso Soso**

самии хароши челавек вмире ми жили мирна ибили багатим кагда брежнев бил рукавадилел ссср bravo леонид

1 дн. Нравится Ответить 3

Сталіна характеризують як того, що ніколи “не крав і іншим не давав”, не брав кредити у Заходу, не мав нерухомості за кордоном, а його діти воювали під час Другої світової війни, і він навіть відмовився обміняти одного з своїх полонених синів на ворожого генерала. Загалом суцільне захоплення та туга за “Великим Сталиным”.



**Сабит Шаниязов**

Поздравляю этого великого человека

2 нед.

Нравится

Ответить

2 🍌 🍌



**Лола Рахманова**

Если бы не Великий Сталин, СССР ещё в 30-е годы прошлого столетия капиталисты всего мира "сожрали" бы. Извините Иосиф Виссарионович, не приняли мы во внимание Ваше предупреждение и допустили во власть врагов народа, которые продали нашу Родину.

4 нед.

Нравится

Ответить

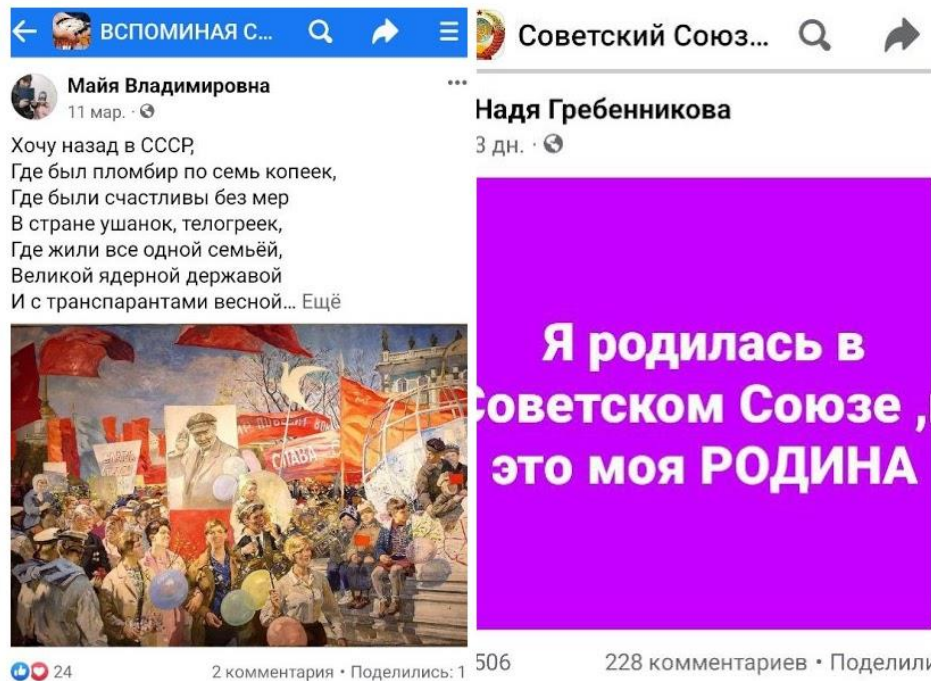
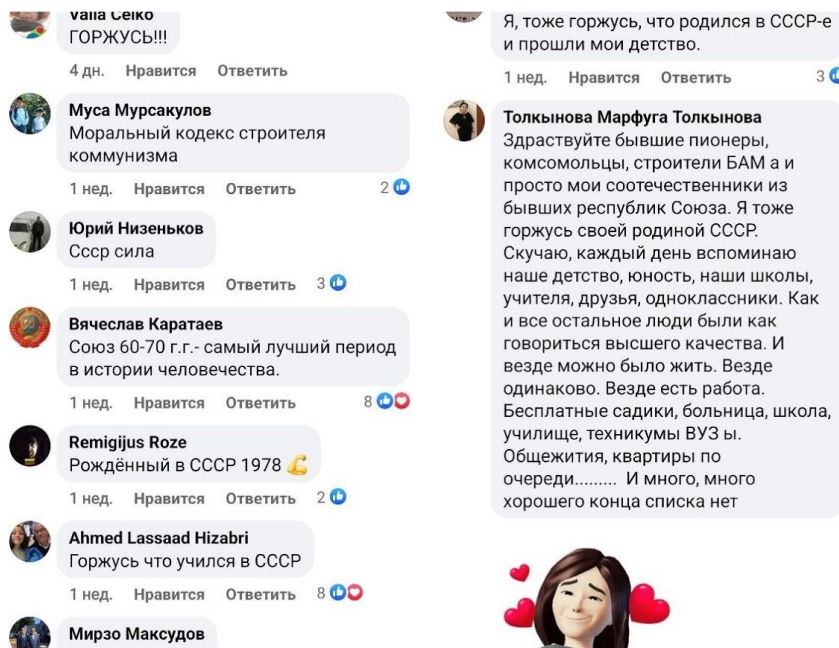
10 🍌 🍌 🍌

### Ностальгія: “горджусь своєю родиною”

Ностальгія - потужна емоція, яка з одного боку, допомагає відчувати зв'язок з іншими людьми і подіями, завдяки чому людина може сміливіше рухатися вперед та краще усвідомлювати свої цілі, на думку психолога Костянтина Седікідеса. Але це не про ці групи.

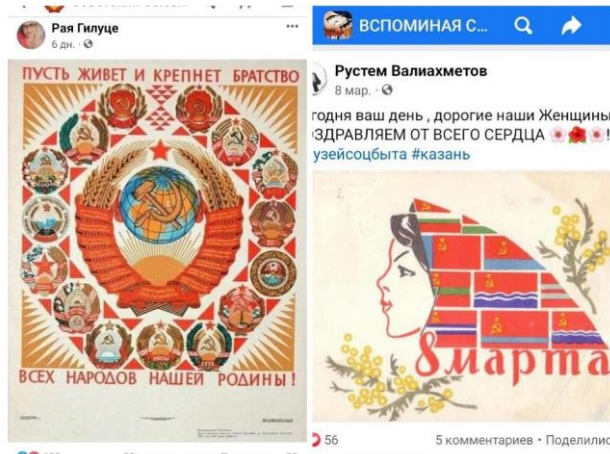
З іншого боку, вона оманлива, схильна ідеалізувати минуле та спотворювати спогади. Завдяки своїй емоційній складовій вона стала сильним інструментом російської пропаганди, яка прагне повернути радянській союз на колишні його території. В подібних групах підживлюють цю ідею.

В обраних групах прослідковується туга за тією, вже не існуючою, батьківщиною. Крім дописів про смачне морозиво, вихованих та культурних радянських людей, щасливих піонерів та не менш щасливих будівельників БАМу, люди щиро гордяться, що народилися в сср та відверто хочуть повернутися назад.



## Про братські народи

15 республік, були як сестри між собою. В групах піднімають цю тему через гасла, плакати та вітальні листівки. Наратив про братські народи - штучний, це плід уяви імперської росії, який підхопила радянська пропаганда і який продовжує використовувати росія сьогодні.



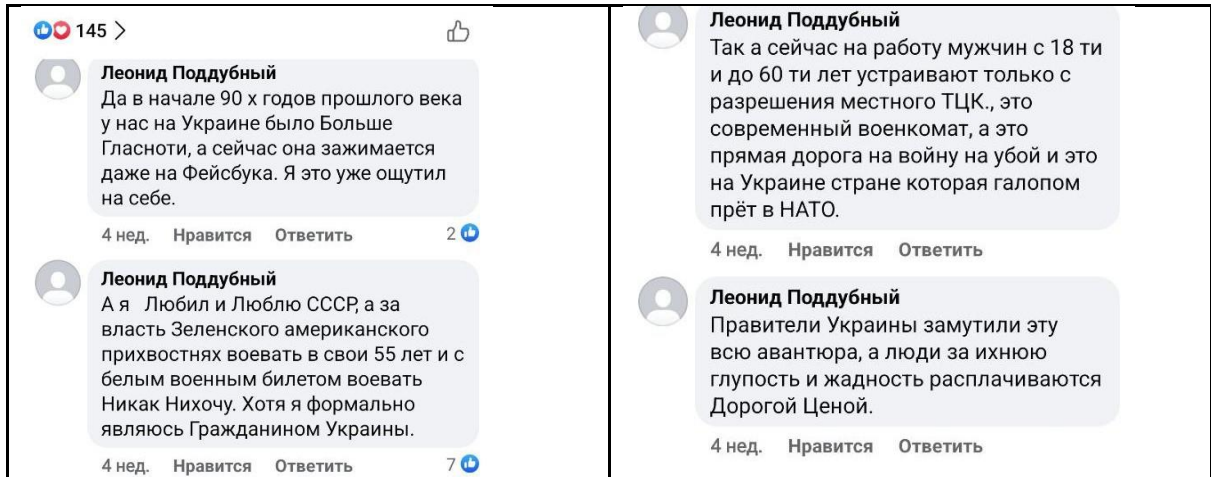
Україна і росія розвивалися за різних історичних умов, що визначило суттєві культурні, політичні, світоглядні відмінності між ними, а також окремі мови, зокрема українську і російську.

### Антиукраїнські патерни

В коментарях до допису наказ про передачу Криму тодішній радянській Україні в 1954 року за підписом Хрущова учасники спростували, назвавши його “НИЧТОЖНЫМ”, і обурилися, що у кримчан, “большинство которых были русские”, навіть не запитали, що вони думають про це.



Якийсь Леонід Поддубний імовірно із Чернігова без фото профіля та без жодної публікації на власній сторінці в своїх коротких коментарях висловив очевидно антиукраїнську позицію, зачепивши теми мобілізації, НАТО та звинуватив українську владу в тому, що відбувається війна.



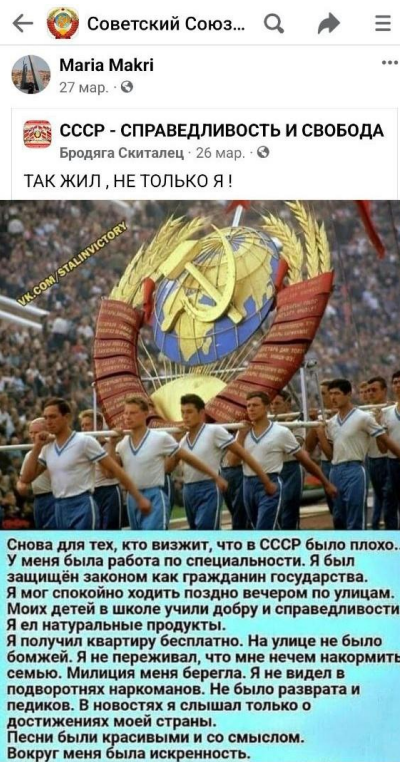
### А ще - патерналізм та соціалізм

Не випадково вождів срср називали “батьками народу”, адже сама соціалістична система, її політична практика передбачала життя за рахунок держави, яка забезпечує потреби громадян, а вони в свою чергу дозволяють владі їм диктувати моделі поведінки і цінності.

Це явище має назву - “патерналізм”, і в групах він фонить в дописах про безкоштовні медицину, навчання, квартири, путівки, які були доступні при радянській владі.

Учасники обурені тим, що зараз в них немає таких переваг, і досі думають, що їм держава щось винна. От тоді, мовляв, держава піклувалася про своїх громадян, а тепер що?





Соціалізм як ідеологію в групах просувають через цитати відомих її adeptів, наприклад, Максима Горького, який в 1932 році звертався до американських кореспондентів своїм памфлетом, та Георгія Віцина, актора, який розповідав про своє гарне життя в сталінську епоху.



Існування цих і подібних до них груп - на руку російській пропаганді, яка використовує їх для поширення своїх наративів і підтримки в потрібному стані свій електорат.

На перший план в групах виходить теми війни і, судячи з проведеного аналізу, це закономірно.

Роками малюючи в розумах своїх громадян образи українців як фашистів, нацистів, ворогів влада росії досягла своїх цілей - росіяни в своїй більшості повірили в це і прийшли на територію України вбивати “ворогів”. Ствердитися в цьому їм допомагають радянські фільми про боротьбу з фашизмом.

Любов до батьківщини виховують через образи дітей у військових фільмах, але по суті йдеться про шовінізм, плодами якого стали сотні тисяч вбитих українців росіянами за часи вторгнення росії в Україну, починаючи з 2014 року.

Підсилення правильності боротьби з нацистами, читати - війни проти українців, також відбувається через авторитетні образи відомих героїв та акторів- учасників бойових дій за часи Другої світової війни.

І, звичайно, щоб точно себе переконати в своїй перемозі і цього разу, але тепер над так званими нацистами, в групі не забувають час від часу хвалитися розробками радянського ВПК, демонструючи силу армії.

Групи йдуть в ногу з російським часом: в березні згадали референдум 1991 року і як раз в той самий день відбулися вибори диктатора путіна в росії в 2024 році.

Не могли забути про сталіна, який помер в березні 1953 року, і якому вже встигли в минулому році в росії поставити декілька нових пам'ятників.

Образ сталіна, за часи якого радянський союз переміг нацизм і який був “батьком народу”, допомагає російській пропаганді в сприйнятті росіянами потрібного образу путіна.

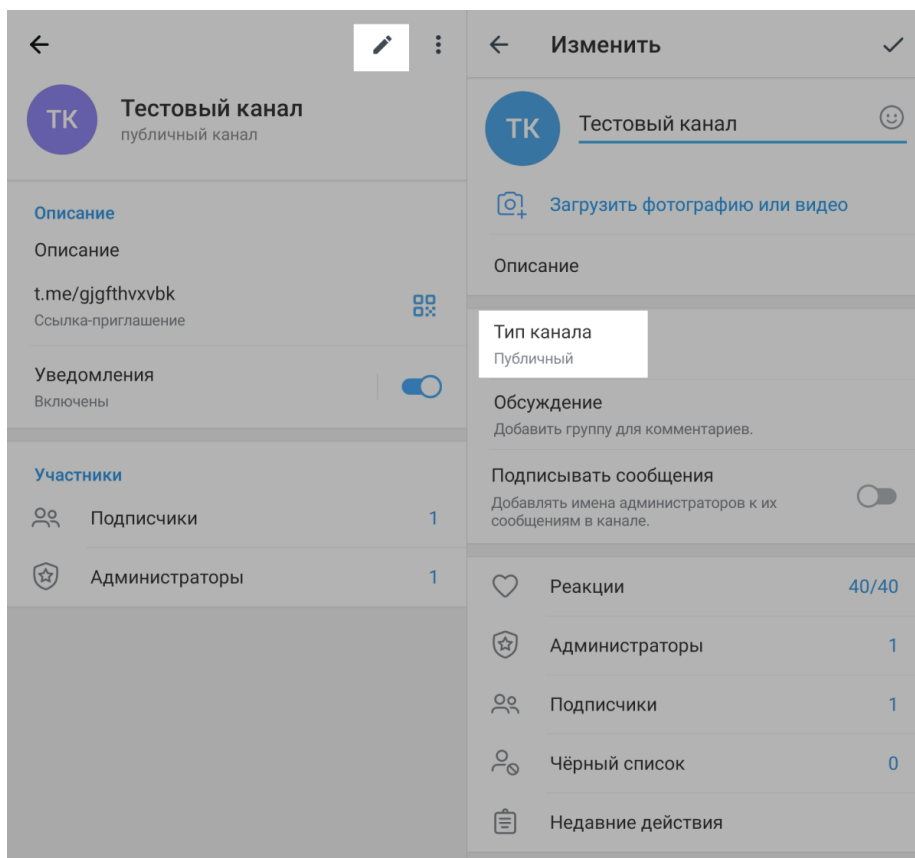
Чи може лопнути інформаційна бульбашка про гарне життя і ідеальну соціалістичну систему в радянському союзі, поки існують такі групи, де люди підігрівають одне одного ностальгічними публікаціями і почувають себе “вдома”? Лопне, але коли зміниться покоління.

Поневолі на думку спадає як паралель біблійний приклад Мойсея і народу Ізраїля, які 40 років йшли до обіцяної землі, дістатися якої змогли по смерті старшого покоління, в якого мислення було “єгипетське” і які так само, як і в цих групах, тужили за минулим: “риба, яку в Єгипті ми їли даром, огірки і діні, і цибуля і часник” (Числ.11:5).

Чому не йдеться в цих групах про жахливість комуністичної системи, яка існувала за рахунок знищення “інакомыслящих” та всеохоплюючої пропаганди? Чому учасники не проводять паралель між вчорашнім срср і сучасною росією?

Мабуть, не хочуть залишити омріяну утопію та вийти в реальність, називаючи речі своїми іменами та прийняти, засновуючись на фактах, приреченість тоталітарного режиму, чийм би прізвищем він не називався.

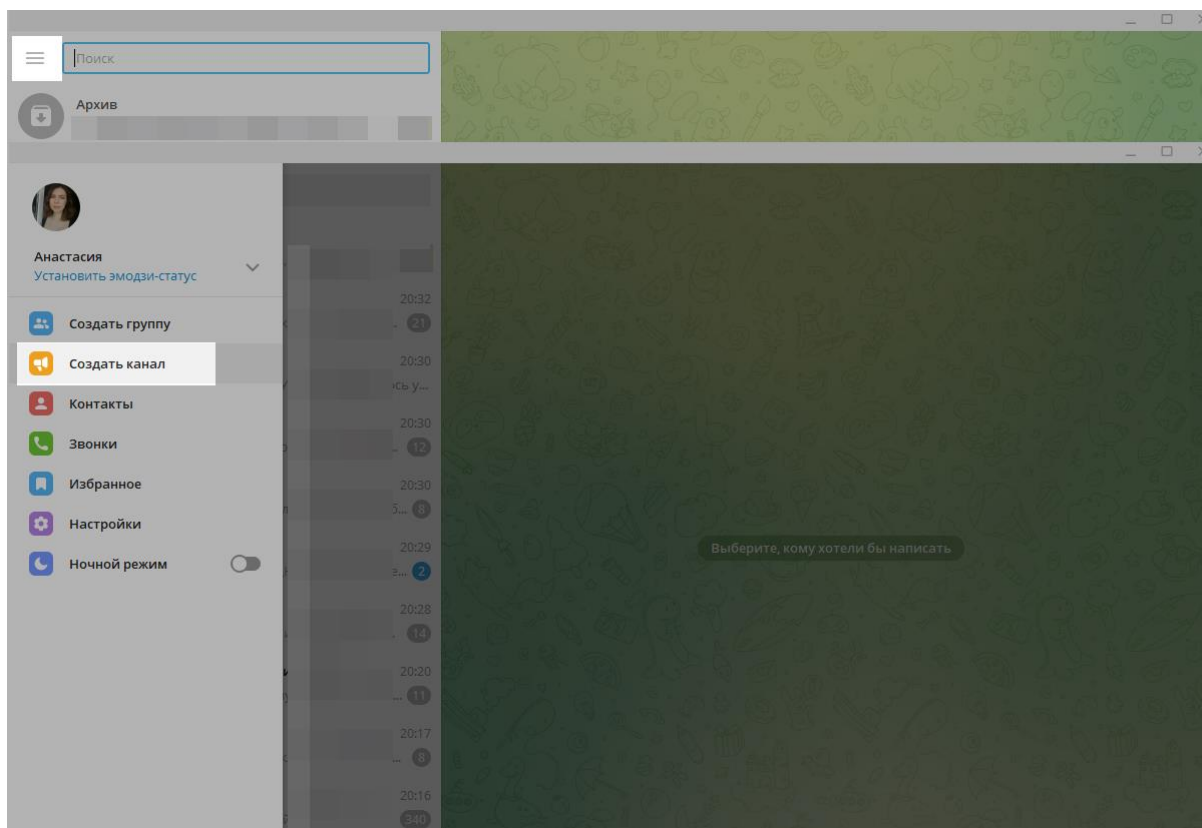
## Додаток 2. Види Telegram-каналів



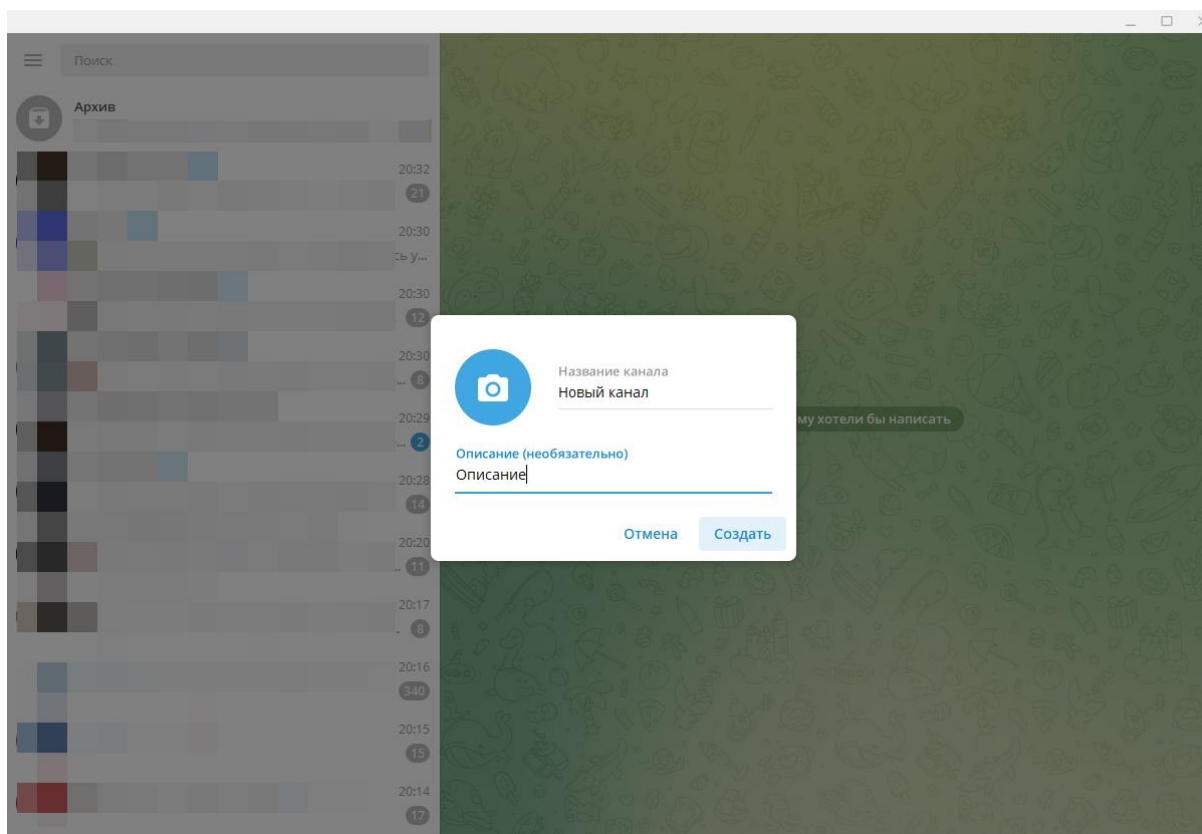
## Додаток 3. Зразок покликання приватного Telegram-каналу

← Настройки канала ✓	← Настройки канала ✓
<p><b>Тип канала</b></p> <p><input type="radio"/> Частный канал На частные каналы можно подписаться только по ссылке-приглашению.</p> <p><input checked="" type="radio"/> Публичный канал Публичные каналы можно найти через поиск, подписаться на них может любой пользователь.</p>	<p><b>Тип канала</b></p> <p><input checked="" type="radio"/> Частный канал На частные каналы можно подписаться только по ссылке-приглашению.</p> <p><input type="radio"/> Публичный канал Публичные каналы можно найти через поиск, подписаться на них может любой пользователь.</p>
<p><b>Публичная ссылка</b></p> <p>t.me/gjgftvxbk</p> <p>Если у канала будет постоянная публичная ссылка, другие пользователи смогут найти его и подписаться.</p> <p>Можно использовать латиницу (a-z), цифры (0-9) и подчёркивание. Минимальная длина — 5 символов.</p>	<p><b>Ссылка-приглашение</b></p> <p>t.me/+llwMaqpsyWsONmUy</p> <p><input type="button" value="Скопировать"/> <input type="button" value="Поделиться"/></p>
<p> <b>Управление приглашениями</b></p> <p>Вы можете создать дополнительные ссылки и задать для них срок действия или ограничение на число пользователей.</p>	<p>По этой ссылке можно подписаться на канал. Вы можете сбросить её в любой момент.</p> <p> <b>Управление приглашениями</b></p> <p>Вы можете создать дополнительные ссылки и задать для них срок действия или ограничение на число пользователей.</p>
<p><b>Сохранение контента</b></p> <p>Запретить копирование <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Подписчики не смогут копировать, сохранять или пересылать материалы из канала.</p>	<p><b>Сохранение контента</b></p> <p>Запретить копирование <input type="checkbox"/></p>

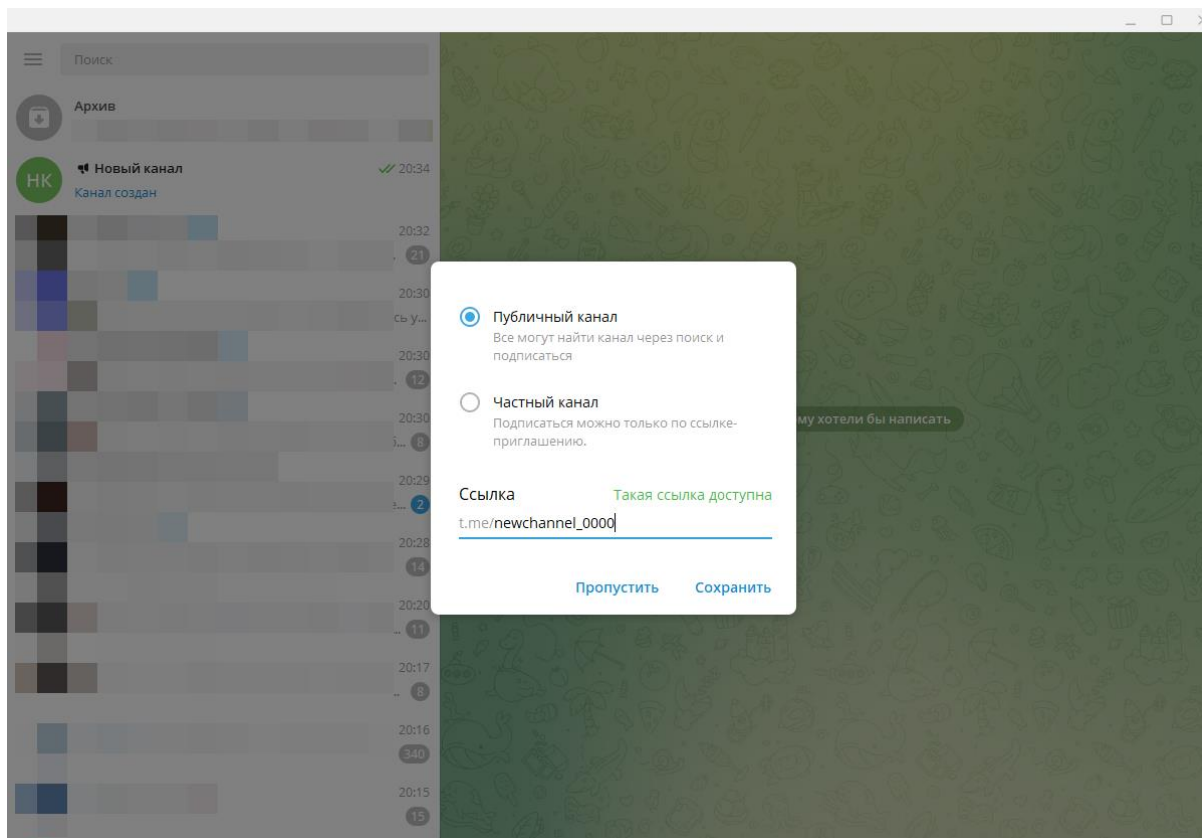
## Додаток 4. Візуалізація до створення Telegram-каналу



## Додаток 5. Візуалізація до опису Telegram-каналу

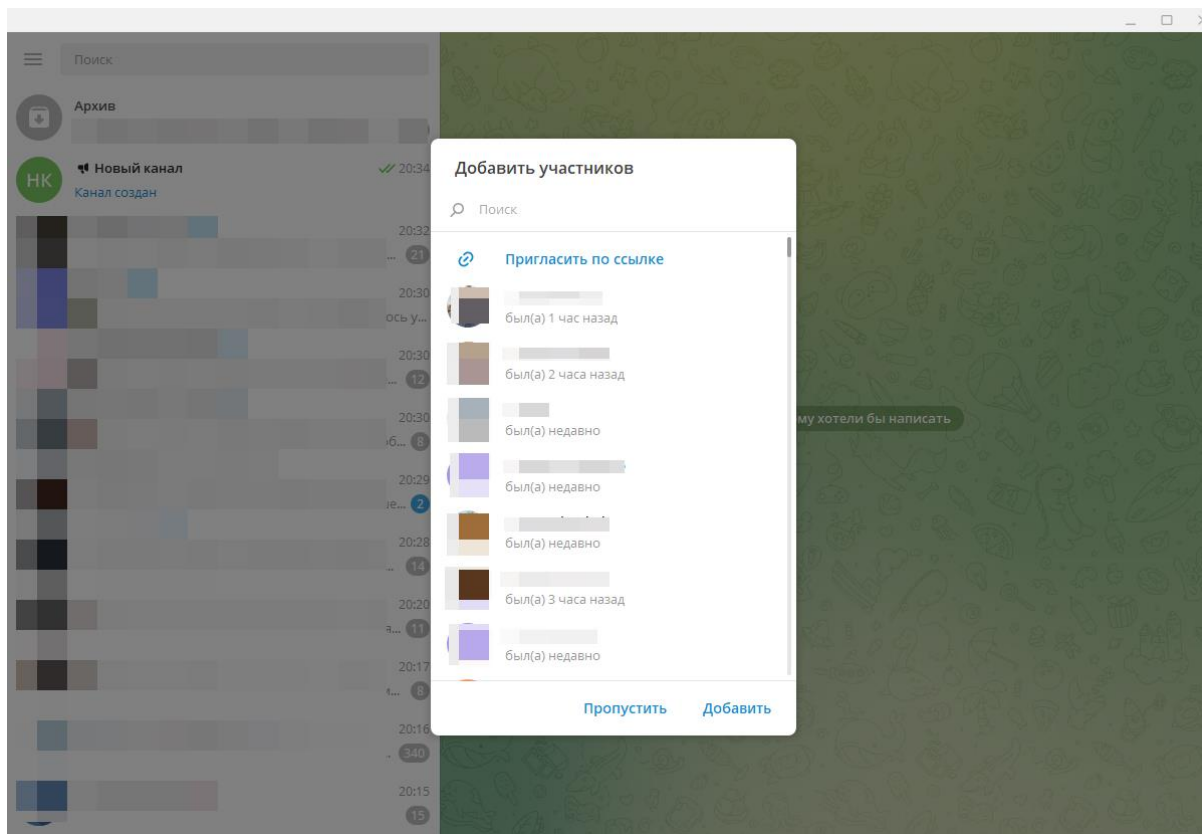


## Додаток 6. Візуалізація до вибору покликання

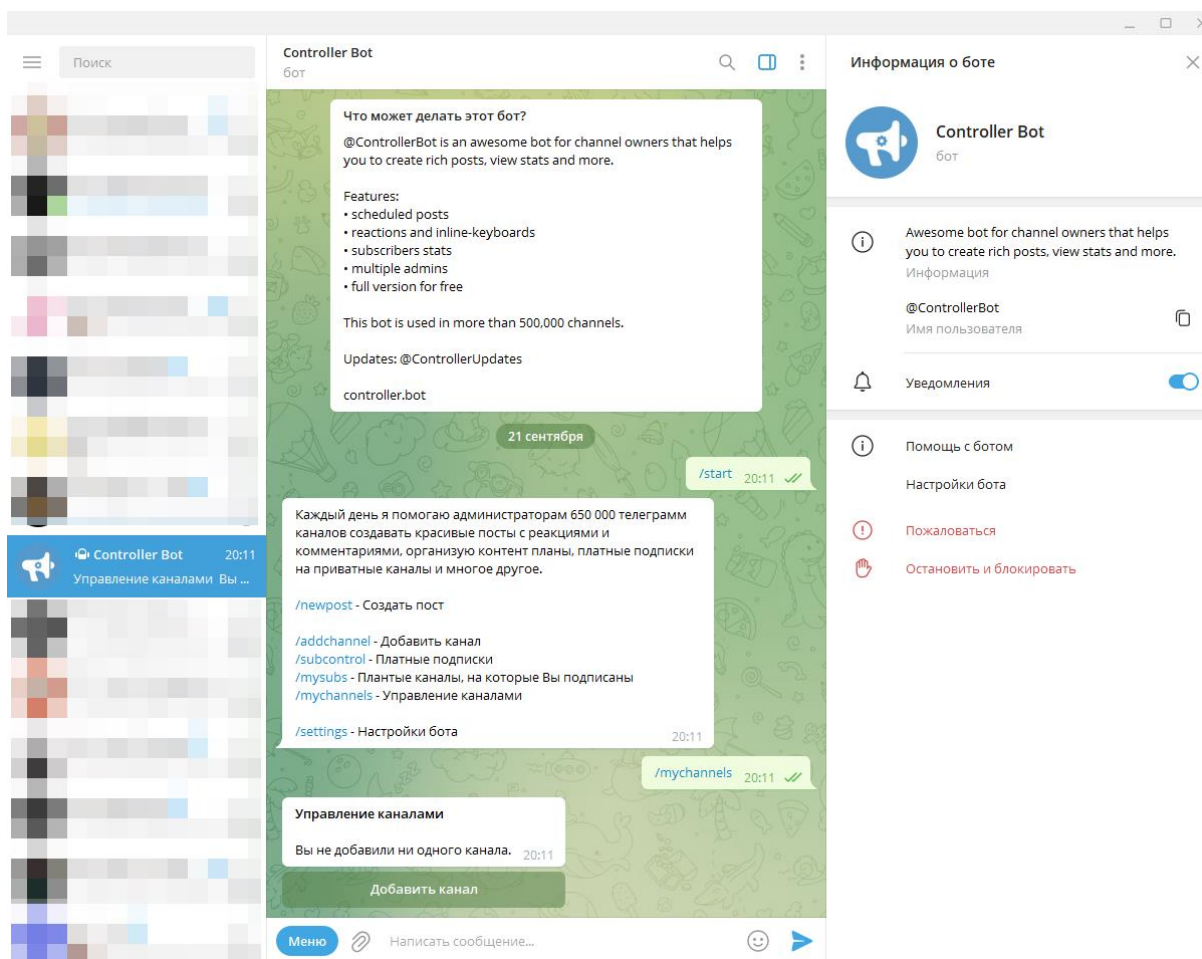




## Додаток 7. Візуалізація: як додати учасників



## Додаток 8. Работа з ControllerBot



## Додаток 9. Поради з розвитку Telegram-каналу

Поради від Антона Гембарського, Content Manager Telegram Network (агентство інтернет-маркетингу Netpeak) щодо розвитку каналу у Telegram:

- 1 Ведіть контент-план.
- 2 Записуйте у нього усі ідеї.
- 3 Аналізуйте статистику, щоб зрозуміти, що подобається читачам найбільше.
- 4 Експериментуйте з контентом та подачею.
- 5 Полюбіть це як творче хобі.
- 6 Слідкуйте за оновленням Telegram.
- 7 Спілкуйтеся з аудиторією та цікавтеся її настроєм.

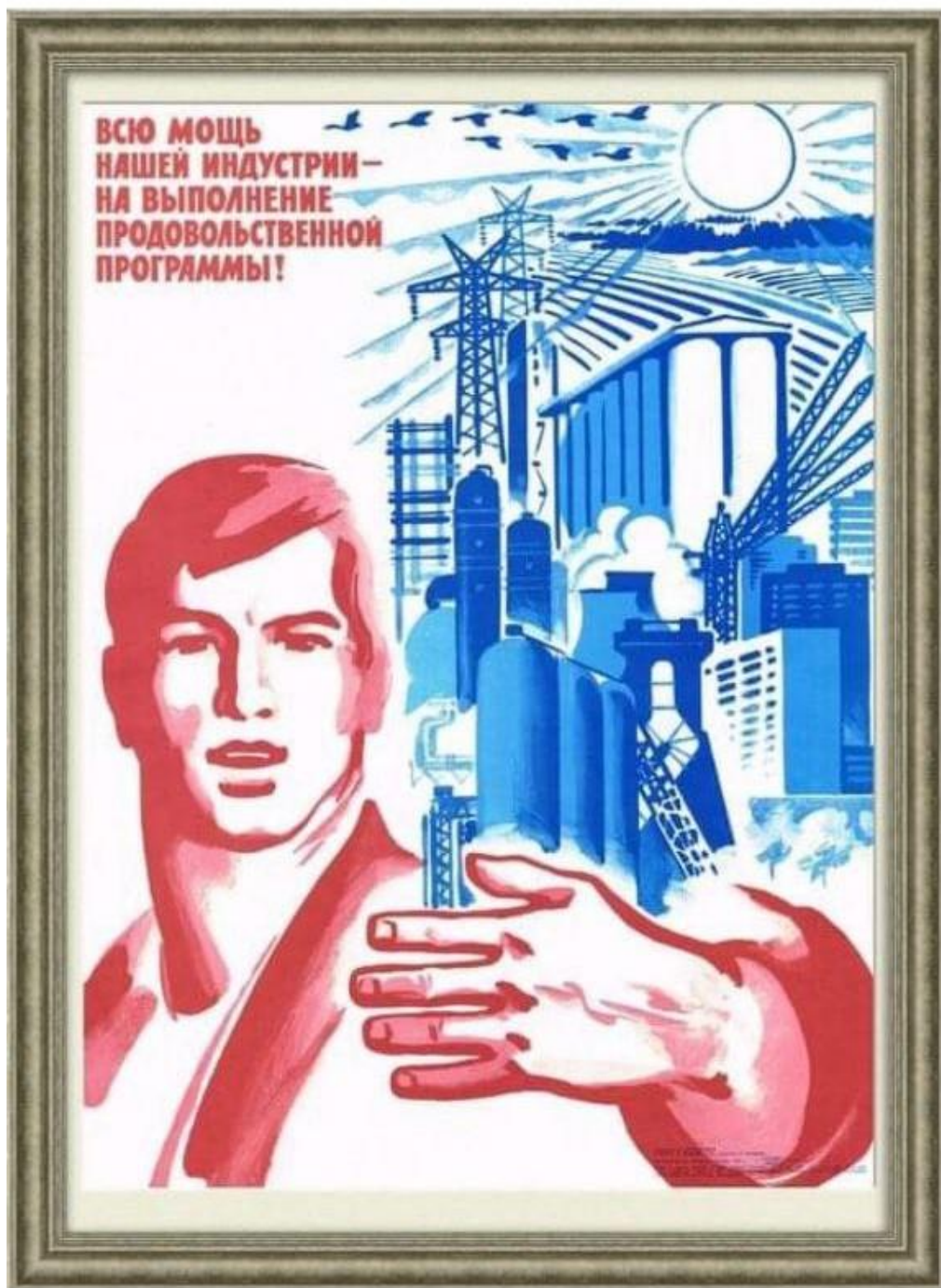
## Додаток 10.1-10.6. Зразки агітаційних плакатів





 21 мар. · 🌐

"Плакаты нашей Родины." 📄 🇷🇺



  56

Поделились: 4

←  ВСПОМИНАЯ С... 🔍 ➡ ☰

«Да здравствует союз рабочих и крестьян — основа Советской власти!»

Плакат о вечном союзе рабочих и крестьян.

Карповский Н. П., 1954 год.





NOSTALGIA - СС...



"Плакаты нашей Родины." 📄 🇷🇺



145

7 комментариев • Поделились: 10



**NOSTALGIA - СССР** · [Присоединиться](#)

Андрей Овсянников · 4 дн. ·

"Плакаты нашей Родины."







**Андрей Овсянников**

13 мар. · 🌐

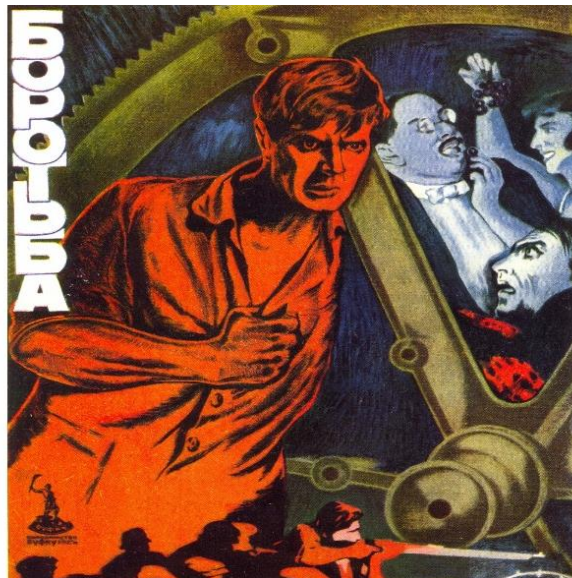
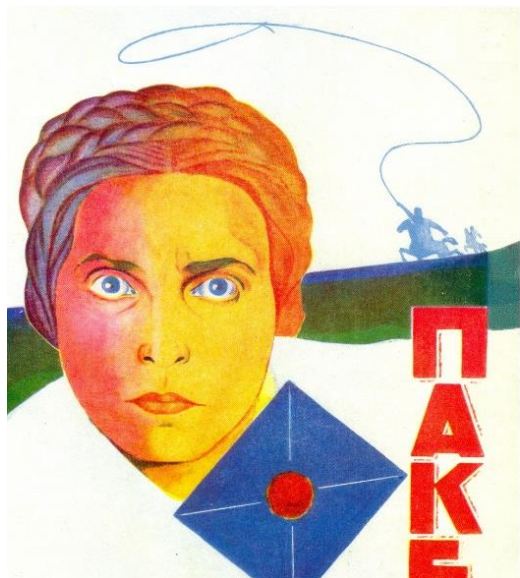
"Плакаты нашей Родины." 📄 🇷🇺



👍❤️ 194

7 комментариев · Поделились: 6

## Додаток 11. Авторські кіноплакати О.Довженка



Додаток 12. Візуальне оформлення допису в каналі автора про антиукраїнські наративи в стрічках О.Довженка

11:24 24

← Пропаганда в радянському 14 підписників

Прикріплене повідомлення  
Вітаю вас! 🇺🇦🇷🇺 Телеграм-канал "Пропаганда в ра..."

Коментувати

4 вересня



"Звенигора" (1928) О.Довженко  
Фрагмент 3

Коли в кадрі з'являється російський генерал, до речі, в карикатурній поставі, що властиве Довженкові, в минулому карикатуристу, - перед зляканим вічним дідом, на екрані представлений текст з його словами: "Ваше наисветлейшее, ниймилостивейшее, наисправедливейшее высокоблагородие". Скидається на принижений стан України перед тодішньої імперією.

#фрагменти #нарративи 25 annabot, 14:25

Коментувати

9 вересня

Трансляція

## Додаток 13. Візуальне представлення дописів в каналі автора

