

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет культури і мистецтв**

Кафедра культурології

**СУЧАСНЕ КІНОМИСТЕЦТВО ЯК ЗАСІБ ПРОПАГАНДИ
МІЖНАЦІОНАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ**

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

Виконав: здобувач 2 курсу, 13-211М
групи
Спеціальності 034 Культурологія
Освітньо-професійної (наукової)
програми Культурологія
Вдовиченко Володимир Вікторович

Керівник: докторка педагогічних наук,
професорка, Лимаренко Л. І.

Рецензент: директор Херсонського
обласного центру народної творчості,
Капелюшник В. В.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КІНОМИСТЕЦТВА	6
1.1. Методологія дослідження проблем	6
1.2. Соціально–психологічні особливості кіномистецтва	9
1.3. Кіно як засіб інформаційно-психологічної війни	15
РОЗДІЛ 2. КІНО – ЯК ЗАСІБ ПРОВЕДЕННЯ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ.....	20
2.1. Образ ворога та героя в кіномистецтві сучасності	20
2.2. Протидія українського суспільства у пропагандистській кіно-війні проти російської федерації	29
ВИСНОВКИ	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40
ДОДАТКИ	
Додаток А. Образи українців у російських кінофільмах ХХІ століття..	45
Додаток Б. Пропагандистські фільми, зняті в РФ під час російсько- української війни	46

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний розвиток українського суспільства передбачає використання різних засобів масової інформації які спрямованні на поширення інформації серед населення. При цьому, інформація несе як позитивний так і негативний контекст. В цьому різноманітті засобів інформації виділяється кіно, як наймолодший вид мистецтва. Адже, воно є синтетичним видом мистецтва, увібравши в себе усі інші види мистецтва. Створене на межі століть, кіномистецтво сьогодні трансформується у значно більший мистецький сегмент сьогодення.

Так на думку науковців, «... кіно, долаючи часово-просторові виміри, рухається за науково-технічним прогресом і само стає замовником та натхненником цього руху. Воно долає кордони, традиції, мовні, релігійні чи ідеологічні обмеження, поступово набуваючи ознак транскультурності. При цьому, ..., транскультурність повинна бути використана перш за все стосовно європейського культурного регіону, в логіці розвитку якого було «відкрито» й «сформовано» як більшість різновидів фотографічної техніки, так і підґрунтя науково-технічного забезпечення кінематографа» [24].

Водночас, усі види мистецтва можливо використовувати і для просування не лише позитивних, а й негативних наративів. Так, кіномистецтво із початку свого існування використовували у пропагандистських компаніях, щоб привернути більшу кількість прибічників, або створити на міжнародній арені певний негативний образ ворога. Також, кіномистецтво використовують і у пропагандистських компаніях всередині країни, для формування поглядів власного народу, що ми сьогодні і спостерігаємо на теренах російської федерації.

Плеяда науковців досліджували роль кіномистецтва у формуванні певних образів, які в свою чергу можуть впливати на настрої простого населення країни. Так, Москаленко А.З. у своїй роботі визначав роль ЗМІ у

житті країни, а Лизанчук В. аналізував складні проблеми зародження національної культури. Проблеми активного впливу на поведінку і на політичну свідомість громадян вивчали Пугачов О.В. та Соловійов А.І. А Новікова А.А. вивчала роль та місце ЗМІ у демократичному суспільстві, а особливу увагу приділяла кіномистецтву.

Інші науковці також торкалися теми впливу кіномистецтва на формування суспільної думки, однак тема: **«Сучасне кіномистецтво як засіб пропаганди міжнаціональних конфліктів»** була досліджена не у повному обсязі.

Мета дослідження. Проаналізувати особливості використання кіномистецтва як засобу пропаганди у популяризації міжнаціональних конфліктів.

Завдання дослідження:

1. Висвітлити соціально–психологічні особливості кіномистецтва як виду мистецтва;
2. Розкрити роль і місце кіно як засобу інформаційно-психологічної війни;
3. Виокремити образ ворога та друга у сучасному кінематографі;
4. Деталізувати особливості протидії українського суспільства у прапогандиській кіно-війні проти російської федерації.

Об’єкт дослідження. Роль і значення кіно у формуванні сучасних мистецьких напрямів.

Предмет дослідження. Кіномистецтво як засіб пропаганди міжнародних конфліктів.

Методи дослідження. В процесі роботи були використані наступні методи дослідження: синтез - для ґрунтовного дослідження поняття «міжнародний конфлікт» та суміжних феноменів; аналізу для опрацювання наукових результатів; систематизація для стандартизації понять «конфлікт», «міжнародний конфлікт»; контент-аналізу для деталізації кіномистецької продукції при визначенні формуючих причин конфліктів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у деталізації причин та наслідків міжнародних конфліктів, виокремлення загальних тенденцій у дослідженні проблеми використання кіномистецтва при пропагуванні міжнародних конфліктів.

Теоретичне значення одержаних результатів. Отримані результати дослідження можна використовувати при підготовці матеріалів з таких напрямів як культурологія, політологія, соціологія, психологія тощо.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати можливо використовувати при підготовці таких курсів кафедри культурології, як «кіномистецтво», «Соціокультурна та аналітична діяльність», «Психоаналіз і культура», «Психологія мистецтва» та інші.

Апробація дослідження. За результатами дослідження, в електронній збірці «Магістерські студії 2024 року», була опублікована стаття «Образ українців у кіномистецтві XXI столітті: критичний аналіз» (м. Івано-Франківськ 2024).

Структура роботи. Робота складається з вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КІНОМИСТЕЦТВА

1.1. **Методологія дослідження проблеми**

Культурологія є науковою дисципліною, яка вивчає об'єктивні закономірності культурного процесу, а також чинники, які впливають на створення, розвиток та функціонування світової й національної культури. Вона представляє собою синтез уявлень про культуру, сформованих у межах таких галузей знань, як філософія, мистецтвознавство, релігієзнавство, соціологія, психологія, ін.

Формування культурології як окремої наукової дисципліни розпочалося у другій половині ХХ століття. Це було зумовленою потребою в теоретичному осмисленні великого обсягу емпіричних даних про різні культури, звичаї, вірування та повсюдне життя народів, які накопичили попереднє покоління дослідників. Ускладнення та інтенсифікація соціокультурного життя спричинили переосмислення традиційних уявлень про культуру, а також усвідомлення тісного взаємозв'язку всіх аспектів людського буття як елементів складної системи, якою є культура.

Водночас, розвиток культурологічного знання був тісно пов'язаний із змінами у мистецьких напрямках та виникненню нових видів мистецтва. Одним з наймолодших видів мистецтва, можна вважати кіно, яке виникло наприкінці ХІХ століття, а стало провідним в першій половині ХХ століття.

Враховуючи свій молодий вік та синтетичний характер кіно запозичило певні аспекти з різних видів мистецтва, тісно співпрацюючи з театром, музикою, образотворчим мистецтвом, хореографією тощо. До того ж, розвиток техніки дав новий поштовх для розвитку кіномистецтва і створення кіноіндустрії. Враховуючи такий всеосяжний характер кіномистецтво почали використовувати як засіб у проведенні спочатку

пропагандистських війн, а з часом і підбурювати для проведення відкритих військових конфліктів. Яскравим прикладом є війна між Україною та російською федерацією, в якій кіномистецтво відіграло і відіграє свою не останню роль.

Так, сучасні науковці розглядають кіно як важливий елемент мистецького спрямування, який використовується в пропагандистських компаніях. Так, Леню П. Ю. у своїй роботі «Україна та українці в образах і стереотипах західного кіно (1991-2013 рр.)» деталізує образ українців поданий крізь призму американського сприйняття. Хоча потрібно зазначити, що більшість представників сучасної американської кіноіндустрії є вихідцями з української території [15].

У роботах Кохана Т. Г. «Кінематограф у контексті культурного простору ХХ століття» [10], Погребняк Г. П. «Авторський кінематограф у художній культурі другої половини ХХ – початку ХХІ століття», Кохана Т.Г. «Культурологічні орієнтири сучасного українського кінознавства» [11], Погребняк Г.П. «Фільми українських режисерів як репрезентанти авторських світоглядних моделей у міжкультурному середовищі» [23], Колодко А. М. «Кіно України періоду незалежності» [13] та інші. Ці роботи спрямовані на деталізацію та виокремлення етапів розвитку кінематографу в Україні. Так, за період незалежності український кінематограф відзначився рядом негативних, як і позитивних факторів. А саме, в період входження до складу союзу радянських соціалістичних республік спостерігається заборона, або стирання поняття українець як окремої національної одиниці. Впроваджуються наративи «трьох братніх народів», як цілісної політики в державі. В той же час, з проголошенням незалежності в державі відбуваються процеси відродження національної ідентичності в якому кіноіндустрія відіграла і відіграє провідну роль.

При формуванні державних наративів, кіномистецтво відіграє значну роль. Так, у своїх роботах Мороз Н.О. «Роль засобів масової інформації у формуванні громадянського суспільства України» [18], Турчак А.Л.

«Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування здорового способу життя молоді» [33], Дубов Д. «Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій» [8], Сахань О. М. «Незалежні засоби масової інформації як протидія деструктивному впливу влади на розвиток сучасного українського суспільства» [27], Погребняк Г. П. «Віддзеркалення національної ідеї в режисерських моделях авторського кіно» [24], Єпик Л. Єпик Д. «Сучасне українське кіно як фактор формування національної свідомості» [37], М.Б. Лелик «Популяризація бренду «Українське кіно» на вітчизняних теренах як основа формування національної самоідентифікації» та інші видання. Автори деталізують розвиток українського кінематографу та його роль при формуванні національної ідентичності в період незалежності. Окрім цього, автори виділяють важливе місце національному кінематографу поміж інших засобів масової комунікації та описують усі перепони які повинен бороти вітчизняний кінематограф.

Ще одним важливим напрямом в кіномистецтві стало його використання в пропагандистських компаніях і особливо це стало помітно в останні роки. Так, в роботах Писаренко Л. «Комунікативна пропаганда та маніпуляція в гаслах та салоганах політичних лідерів» [21], Підкуймуха Л. «Образ друга/ворога в сучасній українській воєнній документалістиці» [22], Голуб О., Веснянка О. «Медіа без упереджень: слова мають значення» [4], Левицький В. В. «Пропаганда у сучасному російському кінематографі» [17], Коцуба М. «Художнє кіно як засіб формування масової політичної свідомості» [12], Голіченко Ю. М. «Правда в кіно: реалістичність образу сучасного українського історичного кіногероя» [5], Воронік Д. С. «Конструювання образу героя в українському кіно періоду незалежності» [3], Єпик Л. «Засновано на реальних подіях: українське історичне кіно початку ХХІ ст.», Сахань О. М. «Незалежні засоби масової інформації як протидія деструктивному впливу влади на розвиток сучасного українського суспільства» [27], Скребець О. В. «Геополітична

концепція інтеграції Росії у всесвітньо-імперський режим у контексті сучасного російського політичного дискурсу» [28] та ін. В цих наукових доробках автори деталізують роль кіномистецтва у формуванні стійкого образу друга /ворога в процесі проведення пропагандистської компанії, яка у подальшому може призвести, а у нашому випадку призвела до військового протистояння між Україною та російською федерацією. При цьому кінематографу відводилась значна роль.

Отже, сучасний розвиток кінематографу призвів до формування самобутньої, неповторної української кіно школи. Хоча, із свого початку, кіно, як вид мистецтва розглядався не лише як розважальний компонент, а й як компонент здатний замінити реальність, насадити задані наративи та просунути в суспільство пропагандистські постулати. Як результат, формуються певні уявлення про населення держави, про національні традиції та створюється певний образ, який сприймається представниками інших народів як базисний.

1.2. Соціально–психологічні особливості кіномистецтва

З усіх форм масової комунікації, з усіх видів мистецтва, кіно займає унікальне становище у сучасному суспільстві. Так, М. Маклюен відносить кіно до «гарячих» засобів мас-медіа, тобто до таких, що повністю впливають на сприйняття глядачів і змушують їх ідентифікуватися з героями фільму, а іноді і з самою кіно творчістю [23]. Це визначається так званою специфікою кіно видовища, що в свою чергу, «спрямоване на всебічний вплив, на глибинні пласти свідомості, у прориві до архетипів колективного несвідомого. Глядачі, що зібралися разом, і сьогодні занурюються в цей світ сновидінь, що апелює до бездонної і стародавньої

архаїки нашої свідомості, зачіпає всі струни душі і одночасно відображає найзлободенніші проблеми сучасності» [34].

Кіно, пройшовши шлях випробування звуком і кольором, витримуючи конкуренцію телебачення та відео, залишається медіумом, який об'єднує людей у кінопросторі, здатному передавати емоції, пристрасті та очікування мільйонів. Жоден інший вид мистецтва не відображає настільки правдиво повсякденне життя, звички та звичаї, створюючи їх доступними для найбільшої аудиторії, остання кіно є продуктом колективної творчості та споживання.

Одночасний успіх у кіно часто виходить за межі таланту: зірки екрана є носіями духу часу і відображають суспільні настрої, що шукають їхню популярність. Кумирі кіно залишаються в людській свідомості як культурні символи ХХ століття, які впливають на аудиторію, стають об'єктом дослідження та його рідними «святими».

Соціальна роль кіно обумовлена не тільки тим, що воно є синтезом мистецтва, але й тому, що кінематографічна індустрія працює як самодостатня система, яка не обтяжує суспільство матеріальними витратами, виконуючи своє рідне «соціальне замовлення» [33]. Кіно охоплює всю сферу суспільної свідомості, але головною його сферою, на думку науковців, є міфологія, яка дає змогу осмислити світ через архетипи й емоційне занурення у глиб.

Завдяки кіно ми переосмислюємо наше життя, сприймаючи його як щось значніше, ніж воно бачиться насправді. Кіно не підмінює реальність, але надає їй міфологічного й епічного розмаху, показуючи події і явища в театралізації.

У науковій літературі також відзначається, що кіно діє як соціально-психологічна сила, здатна знімати напругу, звільняючи від екзистенційної тривоги та фрустрацій [31]. Кіножанрі забезпечують психотерапевтичну роль: фільми жахів очищають від страху смерті, комедії долають конфлікт між суспільством та індивідами, а «пафос детектива — у романтиці

великого міста, а й у проголошенні права кожної людської особи на захист від будь-яких посягань ззовні» [11].

Кінострічки, пройшовши через численні випробування, відшукавши унікальний звук і колір, відзначивши конкуренцію телебачення та відео, продовжують об'єднувати людей, які поринають у магічний кінопростір, здатний поєднувати емоції, пристрасті та сподівання мільйонів. Жодне інше мистецтво не відображає наше повсякденне життя, звички та звичаї з такою достовірністю, створюючи їх максимально доступними для широкої аудиторії, адже кіно є продуктом колективної творчості та споживання. Найуспішніший театральний актор не може досягти успіху в кіно, останні зірки кінематографа підлягають не тільки завдяки таланту — їхній успіх залежить від того, наскільки вони досягають настроїв сучасного суспільства. Кумирі залишаються в історії людської свідомості назавжди, залишаючись своєрідними «святими» для багатолюдної аудиторії ХХ століття, які надихають, привертають увагу та навіть впливають на сні [6].

Кіно соціалізує людей тільки не завдяки синтезу всіх інших мистецтв, а й тому, що воно є індустрією, яка функціонує як незалежна «річчя у собі», не обтяжуючи суспільство матеріальною залежністю, але виконуючи «соціальне замовлення». Кіно охоплює практично всі аспекти суспільної свідомості, проте, на думку науковців, його основною сферою є міфологія — пізнання світу через занурення в архетипи та явища, які вивчаються емоційно, «середини» [9]. Розкриваючи й актуалізуючи соціальні та індивідуальні міфи, кіномистецтво показує дух кожного нового десятиліття, а історія кінематографа стає окремою епохою.

Кіномистецтво дає змогу переосмислити життя як щось значно важливіше й масштабніше, ніж ми бачимо у повсюдності. Воно не замінює реальність, але міфологізує як особисте, так і суспільне життя, надаючи шкірні дії й рух людини неповторний і епічний вимір. У реальному житті часто зустрічаються речі більш неймовірні, ніж на екрані, але кіно подає

проблеми, символи та знаки в драматизованій формі, що дозволяє краще їх усвідомити. Звідси й популярна приказка: "Як у кіно!" [25]

На думку науковців, кінематограф також функціонує як засіб психологічного розвантаження. Будучи важливою соціально-психологічною силою, кіно звільняє глядача від фрустрацій і напруги, екзистенційної туги та численних фобій, відчуття провини чи незахищеності. Це не "втеча" від проблеми, а, швидше, очищення душі та повернення індивіда до суспільства "відпочилим" і, можливо, з новим розумінням себе та інших. Різні жанри кіно «виводять» комплекси та афекти із психіки глядацької маси: фільм жахів очищає підсвідомість від страху чи смерті від хвороб, комедія знімає напругу між суспільством та індивідами, а детективи стверджують права кожного [26].

У кінематографії не існує "високих" і "низьких" жанрів: будь-яка соціальна проблема може бути представлена в межах кожного жанру, від мелодрам до фарсу. Відсутність уміння працювати з жанрами професій про падіння професіоналізму серед кіномитців. Фільм має приносити прибуток своїм творцям, але чиста комерція — це доля іншого сорту кіно, що паразитує на стереотипах. Успіх масового та авторського кіно збігається тоді, коли режисер не задовольняє низькі смаки аудиторії, а виражає через кіно те, що насправді її хвилює. Розквіт авторського кіно 1960-х років супроводжувався появою стрічки соціального протесту, спрямованої на звільнення автора від диктату фінансистів чи урядових бюрократів.

В умовах державного контролю над кінематографом кінопропаганда стає необхідною складовою будь-якого суспільства. Її роль у боротьбі з нацизмом, расовими забобонами та іншими суспільними вадами є загальноновизнаною, хоча в тоталітарних режимах вона часто підмінює особистість цінності ідеологізованими. У таких умовах реалізм кінематографа підмінюється утопічною ірреальністю, а традиційні культурні міфи замінюються квазіміфами. Маніпуляція суспільною свідомістю погіршує до того, що навіть документальне кіно в тоталітарних

державках стає постановочним. Політична цензура замінює природну моральну цензуру, спрощуючи конфлікт між людьми та суспільством і завжди вирішуючи його [26].

Кіно, як соціальний інститут, сприяє формуванню суспільних поглядів і впливає на громадську свідомість, розширюючи її горизонти. У відповідь суспільство, виховання кінематографа, стає більш вимогливим до якості фільмів, очікуючи від них нових технічних і творчих досягнень. Між суспільством і кіно постійний та взаємозалежний зв'язок, що впливає на формування колективної свідомості [3].

Таким чином, кінематограф є полемом для виразу ідей та ідеологій, суспільних тенденцій та особистих цінностей. Він знаходиться в постійному напруженні між вільним самовираженням та впливом зовнішніх чинників — економічних, політичних і соціальних, що формує як образ самого кіно, так і суспільстві.

В культурологічному значенні виникає запитання яке поділяє усі фільми на високі та низькі за якістю, рівнем сприймання тощо. Іншими словами, ... «чи повинні ми надавати рівного з культурологічного погляду значення так званим «авторським» фільмам, що відображають індивідуальне світосприйняття (наприклад, «Червона пустиня» Антоніоні та «Презир» Годара), і фільмам, що відтворюють стандартні схеми відповідно до випробуваних моделей і модою (фільми «системи зірок» у Франції та США)? «У першому випадку кінематографіст дуже часто виступає в ролі провісника, він висловлює почуття, що передбачають реальну дійсність, і дозволяє нам задуматися про явища, що ледь позначилися.» [7]. У 60-ті роки Жан-Люк Годар, всупереч соціологічному аналізу сучасників, які повірили в технічний прогрес, сприятливий вплив достатку та масового споживання, що мало покласти край соціальним конфліктам, показав почуття непереборної тривоги, породженої економічними перетвореннями у Франції, деградацію людських відносин склеротичні тенденції у сфері комунікацій між людьми. У той самий час

задовго до офіційних досліджень Антоніоні висвітила криза подружжя і особливо жіночої індивідуальності.

В ейфорії тих років важко було почути голос цих кінематографістів, знадобилися травневі події 1968 року і феміністський рух 70-х років, щоб прийти до усвідомлення дивовижної тонкощі сприйняття і таланту, що дозволили режисерам виявити прояви, що вже намітилися в надрах суспільства. Творчість цих художників була абсолютно несхожою на масову кінематографічну продукцію того часу, представлену легкими комедіями та традиційною драмою.

Сама історія показала, що не численні розважальні фільми найбільш яскраво та правдиво свідчать про свій час, а ті, що здавалися тоді «оригінальними», «поетичними» чи «особистими». Адже саме «форма» Годара і Рене, які відмовилися від звичайних структур і показали картину розколотого на частині світу, адекватно відповідала реальності, що змінилася, про яку вони розповідали. Еволюцію цієї проблематики висловлюють і багато кінематографістів пізнішого періоду, такі як Шанталь Акер-ман, Вім Вендоре, Маргеріт Дюрас або Джим Джермуш. Їхні герої пережили кризу і прийшли, якщо можна так висловитися, до ще більшої маргінальності, їхнє власне «я», блукаючи у світі, який уже здається не структурованим і надійним, а скоріше невловимим, втратило чіткі обриси, перебуваючи на межі майже повного розпаду. Реальність втрачає сенс, стає «ірреальністю», блідою подобою власного образу. Вона — лише порожнеча. Герої поневіряються безмовними містами і пустельними пейзажами, вони позбавлені коріння, сімейної історії, одночасно пасивні і ясновидчі, їм властива сумна впевненість людей, які не вірять ні в соціальний успіх, ні в солідарність, ні в любов, немов сп'янілих свободою, що веде до смерті або повної самотності [10].

З цієї точки зору, кінематограф може розглядатися як соціокультурний викривач. Не протестуючи відкрито, він виявляє основні аспекти реальності, які завжди під силу виявити засобами наукового

дослідження. Однак не слід ставити знак тотожності між кінематографом та соціологічним документом, необхідно завжди пам'ятати про те, що роль мистецтва полягає в тому, щоб ставити питання) а не відповідати на них.

1.3. **Кіно як засіб інформаційно-психологічної війни**

«Вважати, що продукція кінопромисловості є лише розвагою і несе ідеологічного навантаження, отже свідомо ігнорувати одну з найдієвіших форм культурного імперіалізму». (Г. Шіллер, «ЗМІ та культурне панування») [7].

Кіно, як метод пропаганди, здатне надавати дуже високий емоційний вплив (докладніше про емоційний вплив див. емоційний резонанс). Воно активно генерує в уяві глядача ілюзорну картину світу дуже ідеалізованому вигляді. Відповідно до авторського задуму кіно може довільно створювати у глядача відчуття «справедливості» та моральної правоти того чи іншого персонажа, незалежно від його дійсної ролі в історії. При цьому пропагандистський вплив на людину відбувається приховано, на емоційному рівні, поза її свідомим контролем. Жодні раціональні контраргументи в цьому випадку не спрацьовують [34].

Простий приклад: на раціональному рівні ми всі усвідомлюємо, ким був Адольф Гітлер і знаємо його вчинки. Однак, використовуючи гру талановитих акторів і спеціальні драматичні прийоми, кінорежисер цілком може уявити все так, що симпатії глядачів однозначно виявляться на боці фюрера. Його огидні злочини здадуться зовсім не злочинами, а благородною справою — адже самі жертви будуть виглядати лиходіями, які заслуговують на вбиті. І люди, що сидять у кінозалі, будуть щиро ридати, спостерігаючи як чесний і благородний фюрер пускає собі кулю у скроню в квітні 1945-го...

Фільм Рембо 2 спрямований на маніпулювання відчуттям «справедливості» того чи іншого персонажа активно використовує Голлівуд. Усі бачили американські бойовики Рембо і Рембо-2, тому знають, що Америка, ганебно програвши війну у В'єтнамі, з успіхом виграла її на кіноекранах. Подібних фільмів Захід зробив тисячі — і наповнив ними весь світ. Крім мужньої відповіді як х/ф «Одиноке плавання» (1984), Радянський Союз перед протиставив їм нічого [19].

Водночас важко переоцінити те значення, яке експансія західної мас-культури загалом і західного кінематографа зокрема зіграли у розвалі радянської системи. Цілеспрямовано чи спонтанно у суспільство було впроваджено західну картину світу та західні стандарти життя. Взагалі слід сказати, що однією з причин поразки Радянського Союзу в холодній війні став програш саме на рівні мас-культури. Радянська пропагандистська машина не змогла створити привабливого віртуального світу, який був би видовищним, захоплюючим, цікавим для масової аудиторії і водночас «правильно» інтерпретував світову історію, пропагував радянські цінності та спосіб життя. (Окремі шедеври типу х/ф «Кубанські козаки» не беруться до уваги. Це винятки, що підтверджують правило). Захід надзвичайно досяг успіху в продукуванні «смачних» ілюзій.

У сфері мас-культури, незважаючи на її крайню примітивність, США сьогодні користуються такою, що не має собі рівних привабливістю, особливо серед молоді всього світу. На думку З. Бжезинського, мас-культура (поряд з військовою та економічною могутністю), забезпечує Сполученим Штатам політичний вплив, близького якому не має жодна держава світу [8].

Інформація для роздумів. 1994 року однією голлівудською кіностудією було знято бойовик «Куля в Пекін» з Майклом Кейном у головній ролі. Він знімався у Санкт-Петербурзі, яке герої боролися з чеченської мафією. Коли фільм був майже готовий, саме розпочалася чеченська війна і весь світ співчував Чечні, тому показувати «поганих

чеченців» стало політично недоцільним. Картину заборонила американська цензура. Фільм поклали на полицю, незважаючи на мільйонні витрати на його виробництво. Цей факт наочно демонструє, яке має пропагандистський чинник у сучасній індустрії розваг США [10].

Зверніть увагу: погані хлопці в американських бойовиках завжди чітко відповідають поточному зовнішньополітичному курсу Сполучених Штатів. Якщо в минулі десятиліття кіносупермени типу Рембо або Джеймса Бонда мужньо билися переважно з підступними радянськими шпигунами і полковниками-садистами з КДБ, то за сюжетом фільму, що вийшов у 2002 році, Агент 007 потрапляє в полон вже до північнокорейців.) і піддається там звірячим тортурам. Витончений і ненав'язливий прийом пропагандистського промивання мозку, що використовує ефект перспективи [12].

Ще однією популярною темою сьогодні є переписування історії Другої світової війни. Подивившись американські блокбастери, ви нарешті зрозумієте, що хребет нацизму був зламаний не в Сталінграді та під Курськом, а під час порятунку з полону американського рядового Райана. А в суперфільмах «Сталінград» (1994) і «Ворог біля воріт» (2001) ви побачите, як шляхетні та цивілізовані німці мужньо борються проти російських дикунів відповідної зовнішності. Причому німці, виявляється, були всі як на підбір антифашисти, просто вони чесно виконували свій військовий обов'язок. К. Лох, англійський кінорежисер, сказав одного разу: «Важливо, щоб історія писалася нами, бо той, хто пише історію, контролює сьогодні» [17].

Результат очевидний: сьогоднішні пізнання Другої світової війни у середньостатистичного жителя Заходу добре ілюструє наступний діалог:

«Питання: Чи знаєте ви, скільки американців загинуло в Другій світовій війні?

Відповідь: «О, дуже багато. Я сказав би... П'ятдесят тисяч, думаю...»

- А скільки росіян?

— Ну, не знаю... Але, звичайно, не так багато як американців.

— Чому ви так думаєте?

— Ну, вони приєдналися до нас тільки наприкінці війни... Хіба ж ні? Невже раніше? О, так штука!» [20].

Успіхи західної кінопропаганди на цій ниві настільки значні, що давно мають стурбувати громадськість у державах із «незахідним» типом культури. Так, на питання, хто вперше створив атомну електростанцію, атомний криголам, штучний супутник Землі, кораблі на підводних крилах і повітряній подушці, вивів людину в космос, здобув вирішальну перемогу у другій світовій війні, значна частина російської молоді сьогодні називає. . Сполучені Штати. (Напевно, інакше і бути не може після того, як по російських екранах з великим успіхом пройшов голлівудський блокбастер «Армагеддон» (1999). Там російський космонавт зображений закінченим диваком з відчутною часткою придурі, що розгулює по орбітальній станції в шапці-ушанці комп'ютери за допомогою кувалди) Список таких псевдодосягнень Заходу можна продовжувати до нескінченності. В той же час, деякі свої дійсні здобутки на Заході чомусь не афішують. Наприклад, пріоритет винаходу атомної бомби, а потім її випробування на мирних жителях Хіросіми та Нагасакі. (До речі, сьогодні 30% молодих японців щиро вважають, що ці міста та їх населення винищили росіяни, скинувши атомні бомби, а американці самовіддано рятували постраждалих.).

Фільм «Марш-кидок», слід зазначити, що в останні роки в Росії робляться конкретні кроки в даному напрямку. Насамперед вони пов'язані з формуванням сприятливої громадської думки щодо дій влади щодо вирішення чеченського конфлікту. Для цього, зокрема, активно використовують і мас-культуру. Прикладом служать зняті за прямим замовленням російських органів спецпропаганди численні телесеріали про спецназ, про «менти», загалом про «наших хлопців», простих і справедливих, які мужньо борються в Чечні «за нас з вами». Загальний

напрямок «маніпуляції справедливістю» у разі характеризує цитата з х/ф «Війна» (2002, реж. Олексій Балабанов):

«- А скільки коштує купити? (заручника для отримання викупу

— У Чечні біржа є: купити одне, а замовити зовсім інше.

— Як це замовити?

— Ну, а як вбивства замовляють? Ну ви просто як з Місяця...

— То це бандити...

- А чеченці і є бандити!

- Все?

- Так, все! (І т.д.)» [30]

Отже, можемо констатувати, що кінематограф виокремлює загальні тенденції які відбуваються у суспільстві та спрямовують розвиток того ж суспільства відповідно до певних пріоритетних цілей правлячої верхівки яка існує в державі.

РОЗДІЛ 2

КІНО - ЯК ЗАСІБ ПРОВЕДЕННЯ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ

2.1. Образ ворога та героя в кіномистецтві сучасності

"Ви повинні твердо пам'ятати, що з усіх мистецтв для нас найважливішим є кіно" [20]. Цю фразу сказав Ленін далекого 1922 року. Вдало потрапив російський революціонер у точку людського сприйняття культури нового часу, ґрунтуючись на якій можна було побудувати механізм розваги, який не просто не набридне за десятки років, а й буде здатний упорскувати в голови людям ідеї, що матеріалізуються у навколишньому середовищі. Кіно – це не просто динамічний ряд картинок, що розповідає нам захоплюючі історії та дратівливий наші органи почуттів. Кіно стало культом, без нього ми вже не можемо уявити сучасний цивілізований світ. Ми до нього звикли, як до своїх домашніх тварин. І кожен може споживати його по-своєму: вибір величезний і з кожним роком пропозицій стає дедалі більше. І якщо розглянути, в яких сферах життя кіно зіграло значну роль, то можна сміливо виділити: розваги, наука і політика [29].

Розглянемо кілька прикладів. Фільм «Інтерстеллар» спонукав Кіпа Торна написати наукові роботи на відповідну тематику, а «Зникла» викликала серйозні суперечки серед прихильників школи психоаналізу. Я вже не говорю про картини Девіда Лінча, з приводу яких проводять дискусії психологи та психіатри у спеціальних кіноклубах. Навіщо? Щоб почерпнути для себе історії, образи та методи, за допомогою яких лікар здатний впливати на пацієнта для подальшого одужання. Як, наприклад, зрозуміти симптом деперсоналізації, ніколи не зазнавши його? Можна перелопатити купу наукових статей, щоденники хворих, але краще сприйметься фільм, який опише його; Наприклад, «Безпомічний» Харріса

Голдберга. Картина теж була знята за лікарськими нотатками, але вона дозволяє проникнути в душу головного героя, краще зрозуміти його, а найголовніше – осягнути його емоції, якщо, звичайно, актор на головну роль буде підібраний правильний. До речі, кінотерапія – «молода» область у практичній психіатрії, що дозволяє хворому усвідомити сутність внутрішніх проблем, ґрунтуючись на переживаннях героїв фільму. Документальне кіно, як спосіб здобуття знань, ми всі пам'ятаємо ще зі шкільної лави. Кіно-брифінги використовують під час проведення маркетингових курсів, курсів підвищення кваліфікації та під час навчання персоналу великих компаній [14]. Прикладів можна знайти тисячі.

Ми не просто так навели психологію та психіатрію як частий випадок використання кіно у наукових цілях. Адже та тема (яка впливає з назви статті і до якої поступово наближаюся, а саме – пропаганда) виникла завдяки недобросовісній експлуатації впливу кіно на психіку людей.

Якщо описати всі ті процеси, які відбуваються в нашому мозку, коли ми дивимося фільм, то вийде не одна і навіть не дві наукові статті. Адже, на жаль, цей механізм не до кінця вивчений і, осягнувши все в цій галузі психології кіномистецтва, можна переплюнути Юнга та Фромма, а потім пустити собі кулю в голову. Тому що тут треба розуміти, що аналізувати доведеться не тільки те, як впливає кіно (сама картинка, сюжет, звуки і т.д.), хто впливає за допомогою нього (задум режисера, його психічний стан, комплекси, переживання тощо) .), хто сприймає кіно [29]. І ролі змінюватимуться: суб'єкт перетвориться на об'єкт і навпаки. Також важливо зрозуміти принцип, що кінематограф - це синтез мистецтв, тому його пристрій буде дуже складним. Крім того, його діалектика не дасть нам розуміння ситуації, адже німе кіно впливає по-своєму, чорно-біле – по-своєму, кольорове – по-своєму. А іноді динаміка статички, коли нерухомий кадр перетворюється на анімовану фотографію, фіксуючи нескінченність у рухах об'єкта, що повторюються, намагається вловити «Богородицю з немовлям» на плівку, може втримати глядача біля екрану на довгий

годинник. І те, що відбуватиметься з глядачем усередині, буде настільки суб'єктивно та інтимно, що жодним поверховим розпитуванням це не витягнути і пильним поглядом не зрозуміти. Подібне ми могли бачити у фільмі «Сансара». Ще одна проблема сприйняття кіно полягає в тому, що, будучи рефлексією на навколишнє середовище, воно примудряється поєднувати простоту і складність життя живого організму [32].

Але якщо вже постаратися зрозуміти психологічну модель кіно хоча б поверхнево, то вийде, що воно спрямовує роботу свідомості глядача за допомогою відеоряду, певним чином підбраного та створює психологічне поле актуального досвіду, в якому глядач впроваджується у події, що відбуваються на екрані, розкриває для себе нові можливості сприйняття реальності, запускає чи гасить в організмі емоційні та рефлексивні процеси (стиснення тіла під час небезпеки, сльози під час сумних любовних сцен), і зрештою – індукує в людини певний ряд дій.

Виходячи з цього, ми можемо уявити, як працює пропаганда у кіно. Основний акцент вона робить на емоційний резонанс - створення у широкої аудиторії певного настрою з передачею пропагандистської інформації. Емоційний резонанс знімає психологічний захист, який намагається поставити людина для блокування від «промивання мозку». Кожен пропагандист знає, що треба звертати увагу на емоції людини, а не на її розум. На раціональному рівні система контраргументації у мозку зводить зусилля до нуля. Чому потрібна саме широка аудиторія, група людей? Випробовувані нами емоції мають соціальний характер. Вони поширюються подібно до епідемії на десятки і сотні тисяч людей. Усі, мабуть, знають, як легко зіпсувати настрій близькій людині своїми внутрішніми проблемами. І для цього не треба буде нічого говорити, просто варто скривити своє обличчя. І ваші близькі, наче дзеркало, скривлять свої обличчя у відповідь. Особливо сильно емоційне зараження виявляється у натовпі [31].

Найкраще емоційний резонанс використовували у фільмі «Міцний горішок», коли після перемоги над терористами з екрану звучить пісня «Let it snow», яка прибирає зайву напруженість і дає зрозуміти, що Різдво та гарний настрій можливі лише тоді, коли американський військовий дає по зубах терористам.

В українському ж кіно можна знайти приклади у фільмах «Поводир» та «Несломлена». Сліпий – головний герой «Поводиря», який намагається вижити у страшні часи комуністичного терору – своїм чином змушує не шкодувати його, а ненавидіти тоталітарний режим, який існував в Україні. Тут емоційний резонанс має з допомогою образу однієї людини побудувати ставлення до певного проміжку часу. А ось «Несломлена» лише одним своїм трейлером, у якому закладено установки сприйняття жінки під час війни не лише як хранителька вогнища та люблячої матері, а й справжнього солдата, який має яйця більше, ніж у чоловіків, вже привертає увагу.

Якщо емоційний резонанс працює погано, необхідно викликати у глядача психологічний шок. Це особливо популярний прийом серед телевізійників: розірвані ошметки тіл від снарядів, що вибухають, закривавлені трупи старих, жінок і дітей і т.д. Загалом труп як інструмент телебачення. Коротко даючи дефініцію: людину вводять у шокове стан із єдиною метою впровадження у підсвідомість певних ідей. Дуже хиткий прийом. Прекрасно спрацьовує, але не завжди [33].

Розглянемо як приклад українське телебачення. Коли журналісти використали емоційний резонанс для опису побиття студентів, це дало потрібну реакцію. Правильно підібрані фасцинації (подразники), такі як інтонація, звук, розміщення серед інших новин, постійне повторення тих самих кадрів (в основному застосовується в риторичі, називається градацією), зробили свою справу. Не оминула пропаганда і дитячі мультики. В американській анімаційній картині «Анастасія» можна виявити Григорія Распутіна – злого мага, який бажає заволодіти царським

престолом. А феєричний Червоний Омега (учасник експерименту КДБ зі створення супер-солдат Аркадій Росович) запам'ятався нам із «Халку проти Росомахи» [28].

Що вже говорити про рідний мультик «Троє з Простоквашино», який можна розтягти на цитати. "М'ясо треба в магазині купувати - там кісток більше", - вчить нас Шарик премудростям обману в радянській торгівлі. А папуга Кеша з однойменної анімації розповість нам про трагедію радянського єврея (навіть ніс придатний): намагався піти на Захід до джазу та бубльгуму – прогнали, намагався піти гастролювати до народу – набрид, навіть намагався стати пролетарем, і то не вийшло.

До речі, ви помітили, що злий російський/американський герой знову повернувся на телеекрани? Якщо з російськими фільмами все гаразд (там працює державне замовлення, тому й маємо огидний «Російський характер», від якого навіть сама «вишивана» плюється слиною ненависті), то американці, ґрунтуючись на приватних коштах, пускають «поганого росіянина» у голлівудські фільми середнього ґатунку: «Заручниця 3», «Джон Вік», які подивляться мільйони жителів різних країн, і в них увімкнеться старий стереотипний тригер (балалайка, горілка, три поцілунки). Пропаганда, що здійснюється на приватні кошти, без вказівок «згори», є феноменом США. Вся справа в тому, що ці стереотипи так легко і дешево використовувати, а обиватель радий побачити знайомих йому персонажів, тому поставить у голові «плюсик» фільму [16].

Цікавим є той факт, що росіянин не завжди був злим персонажем у кіно. У 1943-1945 роках, коли Америка була союзником СРСР за часів Другої світової війни, в прокат вийшли фільми, головними героями яких були звичайні радянські громадяни, сповнені доброти і симпатії, що нічим не відрізняються від американців: «Хлопчик зі Сталінграда» (1943), "Північна зірка" (1943), "Три російські дівчата" (1943), "Пісня про Росію" (1944) [7].

Першою американською картиною, яка отримала честь вийти на радянські телеекрани, стала «Місія до Москви». До речі, 1947 року Конгрес США з розслідування антиамериканської діяльності звинуватив авторів картини у підтримці радянського ладу.

Усі ці фільми були рефлексією на політичну ситуацію, що відбувається довкола події. Але були й такі картини, які готували до майбутніх потрясінь. Згадаймо радянську фантастику 30-х років «Ескадрилья №5», «Якщо завтра війна» тощо, у якій образ Німеччини, як країни мороку та середньовіччя, був сформований задовго до початку війни. Цьому сприяло і встановлення нацистського режиму, і громадянська війна в Іспанії (липень 1936 – квітень 1939 рр.), до якої були залучені як радянська, так і нацистська сторони, анексія Німеччиною Австрії та частини Чехословаччини. Радянського глядача моделювали воювати у майбутній війні 1941 року, непомітно вкладали до його рук зброю.

Перенесемо все, що викладене тут на сучасні події. Образ «хохла» у російських фільмах ворожий, жадібний, агресивний. Тут можна наводити приклади, починаючи від «Брата 2» і закінчуючи серіалом «Солдати» з героєм Шматком. Подібні вороги були і в образах чеченців, дагестанців, американців і грузинів. І всі «вороги» вдало купували і показували у своїх країнах серіали проти самих себе. Створюючи у своїх територіях осередки психологічної конфронтації, які Росія успішно використовувала у військових конфліктах [35].

Наша пропаганда проти Росії знайшла своє відображення у фільмах про УПА («Залізна сотня»), і вона була спрямована переважно проти Радянського Союзу.

Дієвість «соціального моделювання» у кіно продемонстрував ще у 70-ті роки мексиканський режисер М. Сабідо. У своїх «мільних операх» він пропонував людям боротися з неписьменністю та СНІДом, планувати сім'ю. Основне вістря атаки було спрямоване на країни, що розвиваються. Приклад ефективності із вуст самого Сабідо такий. До його «мільної

опери» зростання народжуваності в Мексиці становило 3,1% на рік, що давало подвоєння населення через двадцять років. Після його мильної опери народжуваність впала до 0,4%. Презерватив, як необхідний предмет побуту, часто мелькав у серіалах Сабідо [37].

Американці перехопили практику мексиканського режисера. «У США також із 1990-х років почалися «мильні саміти» [13]. Перший був 1994-го, його продовження, на якому вже була присутня міністр охорони здоров'я, 1996-го. Тематами були народжуваність, материнське здоров'я, дитячий секс. Дослідження на той час продемонстрували, що на 50 годин мовлення, в яких виявилось 156 сексуальних актів, лише п'ять разів було відсилення на контрацепцію та безпечний секс, і лише один раз згадувався СНІД. Якщо в улюбленій мильній опері підліток бачить використання презервативів під час сексу, він повторить побачене» [20].

Тобто якщо серйозно зайнятися випуском українських серіалів і не знімати ідіотського «Останнього москаля», а за ті ж гроші запустити виробництво молодіжного продукту, на кшталт «Один за всіх», пронизаного вмілою пропагандою контрацепції, боротьби з наркотиками та хвали вищої освіти, то ми мали б більш позитивні показники, ніж отримані після реклами «Мамо, чому я виродок?», від якої так і хочеться вколоти і забути, що ти щойно її бачив [37].

Варто віддати належне, що під час Майдану з'явилися спроби соціального моделювання у вигляді фільму «Околофутболу», також на різних телеканалах транслювалося документальне кіно про представників ультрас, футбольні «фірми» і майже в кожному з них фігурував меседж, що футбольні фани – це дружна політизована «родина», яка, незважаючи на чвари, здатна об'єднати Безумовно, відсутність належного фінансування відіграє свою роль. Але великою проблемою є і те, що всі комітети, мінстеці, мінкульти не бажають переймати методи ведення пропаганди у західних колег, а влада створює ще одні непотрібні міністерства замість

перереформування старих на аналітичні центри. Говорячи коротко, проблеми ті самі.

Ми досі використовуємо старий підхід у промиванні мозку цільової аудиторії: намагаємося створити негативне ставлення людей до терористів. А нам треба створювати негативну поведінку людей до терористів.

Для цього треба звернутись до британського досвіду. Як сказав колишній викладач психології Оксфордського університету Л. Роуланду, а нині провідний співробітник Інституту біхевіористичної динаміки в Лондоні: «Діти не перестануть кидати каміння в солдатів в Іраку, оскільки ми надрукуємо кольорові листівки з нашим меседжем, спрямованим на цю аудиторію («Будь-ласка» кидайте каміння»), яким би «резонуючим» не було б це. Занадто багато наговорено на тему того, що комунікація має бути сфокусована на аудиторії, тоді як вона має бути аудиторіоцентричною. Це потребує коперниківської зміни перспективи, яка, без сумніву, зустріне сильний опір від консерваторів старої школи».

Інститут біхевіористичної динаміки був створений у Британії у 1990 році. Метою його досліджень є групова поведінка з метою подальшого проведення соціальних, культурних та політичних кампаній для його зміни.

Помилка пропагандистських дій на зміну ставлення до об'єкта, а не поведінки, вчені помітили, досліджуючи принципи традиційного маркетингу, який вважає, що зміна ставлення веде до зміни поведінки. Ставлення може стояти перед поведінкою, але не завжди так. Наприклад, у Саудівській Аравії є любов до Голлівуду і одночасно неприйняття американської підтримки Ізраїлю, в Китаї молоді не подобається американська підтримка Тайваню, але вона ж готова їхати вчитися в американський університет. Інший приклад – в Афганістані молодь підкладає саморобні міни, на яких підриваються британські солдати, але хоче їхати вчитися на Захід, а за міни добре платять, що дозволяє вирішити проблеми з поїздкою (Георгій Почепцов)

Ось 5 постулатів, на яких будується британська модель впливу на поведінку людей:

- « - найбільший вплив отримують соціальні групи, що самоідентифікуються, поведінка яких задається соціальним контекстом;
- вплив має відбуватися в рамках національної культури;
- певна частина культурної інформації має виконувати роль діагностики цільової аудиторії;
- Цілісне розуміння проблеми може дати більш позитивні результати;
- зусилля щодо впливу мають відбуватися з опорою на інформацію.»

[29]

Хоча вчені відзначають, що зазначений метод не завжди є дієвим, британські військові взяли його на озброєння. Ось стаття з цього приводу.

Дотримуючись методу зміни поведінки, ми зможемо створювати не просто серіали та фільми, які враховували б національні особливості кожного з регіонів країни, а й вселяли б ту модель поведінки, яка була б необхідною для перемоги у війні.

Наведемо приклад. Ми дивимось фільм, що показує нам друзів, що прогулюються, вулицями Києва. Між ними йде розмова, яка не припиняється навіть тоді, коли один із них повертає убік, наближаючись до терміналу поповнення рахунку. Там хлопець обирає пункт «допомогти армії» і вкладає гривню в отвір автомата, на момент кадр змінюється на його думки про брата (друга, іншого родича), який сидить у окопі та розглядає спільну з ним фотографію. Якщо кадри, де відображені думки, випадають із сюжету картини, їх можна прибрати. Але так, ненароком, не нав'язуючи агресивно, що ми повинні давати гроші, щоб наші хлопці вбивали ворога і т.д. Ми змогли впровадити у голови ідею про те, що треба допомагати бійцям на фронті.

Підсумовуючи сказане вище, можна зазначити, що: будувати пропаганду потрібно з максимальним вивченням та використанням

психології споживача даної інформації; необхідно експериментувати і намагатися впроваджувати нові досягнення в галузі маніпулювання свідомостей, які розробляють західні вчені; сучасна пропаганда має будуватися зміні поведінки, а чи не ставлення до об'єкту; менше непотрібних міністерств – більше аналітичних центрів; кіно – «наше все» культури. Хороше кіно – запорука успіху у донесенні глядачеві необхідної інформації; пропагандистські фільми та серіали мають не лише рефлексувати на оточуючі події, а й працювати на випередження.

2.2. Протидія українського суспільства у пропагандистській кіно-війні проти російської федерації

Сучасне українське суспільство протистоїть величезній навалі сусідньої держави, виборюючи право на власний вибір, можливість думати та говорити рідною мовою, писати здобутками національної культури. Повномасштабна війна оголосила всі протиріччя, що існували в нашій державі з 2014 року. Нам доводиться переосмислювати поняття «друг» та «ворог», спираючись на власне світосприйняття. І одним із джерел формування цього світосприйняття виступає кіномистецтво, яке, разом стало із використанням масової інформації, потужним засобом пропаганди. Наскільки ми можемо протидіяти пропаганді, що заповонила медіапростір, настільки ми можемо відчувати себе вільними.

Кіномистецтво стало дієвим знарядям пропаганди ще за часів радянської влади. Будь-які спроби показати іншу точку зору наштовхувалися на цензуру, і створені кіношедеври на довгі роки опинились на полицях кіносховищ. Водночас у СРСР прийшла боротьба з українською національною культурою, і за допомогою пропаганди

формувалися певні образи українського народу, що згодом ставили стереотипами, які впливали на сприйняття українців. Кіномистецтво змінило важливу роль у закріпленні цих стереотипів.

Попри жорстку цензуру, деяким режисерам радянського періоду вдавалося створювати національно забарвлені образи українців, що значно відрізнялися від запропонованих стереотипів. Серед таких стрічок можна виділити «Вій ідуть тільки старики», «Тіні забутих предків», «Пропала грамота», «Камінний хрест», «За двома зайцями» у первинній озвучці, «Вечір на Івана Купала» та інші. Ці фільми стали символами проти стереотипу та закарбували у свідомості українців образи, які не підкорялися радянській пропаганді.

Після проголошення незалежності України українське кіномистецтво почало розвиватися, але наражалося на протидію з боку російського кінематографа. Російські фільми продовжували поширювати сталу пропаганду, зображуючи українців як блазнів, бандитів, простаків, колабораціоністів або жорстоких "бандерівців". Українці часто представляли як молодших братів росіян, ніби "недо-росіян", і не наділяли благородними рисами характеру, зразками для наслідування. На жаль, тільки після Революції Гідності 2014 року ми почали захищати власне культурне обличчя. Разом зі зростанням національної свідомості український кінематограф також змінився, почали давати гідну відповідь у пропагандистській війні, протидіючи нав'язаним стереотипам та утверджуючи національну свідомість та давати гідну відсіч у пропагандистській війні.

В той же час, на думку Драбюк С.С. варто зосередитись на основних напрямках ефективної боротьби з пропагандою, а саме:

«1. ... потрібно не дозволяти пропаганду, посилаючись на лібералізм та плюралізм думок. Не слід плутати протидію дезінформації з цензурою, яка заборонена у більшості демократичних країн. У суспільстві можуть існувати різні погляди, але не може бути двох різних правд. Якщо

інформація спотворює ту чи іншу подію чи факт, джерело яке поширює подібні новини повинне бути виявлене. Якщо воно поширює фейкові новини систематично і цілеспрямовано, воно має бути заборонене.

2. ... соцмережі блокують кадри, що висвітлюють жертв війни через «їх надмірну жорстокість». Так, жорстокість надмірна, але їй можна було б запобігти, якби не допускалось поширення пропаганди. Виглядає абсурдно, коли блокуються реальні докази вчинених злочинів, натомість продовжується поширення дезінформації із закликами до насильства, порушення міжнародного правопорядку і цинічної зневаги до людства і моральності.

3. ... державі варто звертати увагу на випадки, коли в її інформаційному просторі зростає питома вага ЗМІ іншої держави. Мається на увазі, коли суспільство черпає певний, доволі значний, відсоток інформації саме з джерел інформації, які належать конкретній країні. Те що всередині держави основну частину інформаційного простору займають загальнонаціональні ЗМІ - це природньо, також обов'язково є наявність іноземних джерел інформації, в тому числі міжнародних засобів масової інформації. Проте, якщо зростає вплив ЗМІ якоїсь однієї іноземної держави, а на деяких територіях їх вплив навіть переважає національні ЗМІ – це привід для занепокоєння і вжиття заходів для встановлення балансу між національними та іноземними джерелами інформації» [9].

Після 2014 року в Україні було впроваджено низку заходів, спрямованих на зменшення впливу пропаганди на суспільство, особливо через мистецькі та медійні ініціативи. Таким чином, були заблоковані проросійські соцмережі та пропагандистські сайти, що сприяло збільшенню обсягу українського контенту в медіа-просторі.

Одним із ключових кроків ухвалений у 2015 році «Закон України про декомунізацію», який поклав край спадщині СРСР та нав'язаному партійному погляду на українську історію. Важливим нововведенням з нападу також називають «ельфи» — мережевих активістів, які протистоять

російській дезінформації в інформаційному полі України. Їхня назва, що походить із фентезійної літератури, була обрана навмисне, як контраст до російських «тролів», і подібні мережі вже давно діють в країнах Балтії, Польщі, Чехії та Словаччини.

У 2021 році було створено Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (ЦСКІБ) при Міністерстві культури та інформполітики та Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони, які спеціалізуються на боротьбі з пропагандою та дезінформацією. Ці структури стали першими інструментами для систематичного захисту інформаційного простору України та протидії зовнішнім інформаційним загрозам, зокрема з боку росії.

Крім того, до початку повномасштабного вторгнення вже діяли законодавчі ініціативи, що обмежували вплив російських митців на українську аудиторію. Було введено заборону на гастрольну діяльність російських артистів, заборону трансляції російського контенту в ЗМІ, обмеження на кінопрокат фільмів російського виробництва.

Ці обмеження призвели до певного репертуарного дефіциту в телерадіокомпаніях, які почали заповнювати ефірний простір іноземними стрічками. Варто зазначити, що Україна досі відчуває російський інформаційний вплив значно сильніше, ніж західний, що частково пояснюється спільним радянським минулим та розумінням російської мови. Це відрізняє Україну від країни на зразок Польщі, де російський контент не має такого сильного історичного коріння.

Важливим, на шляху інформаційної безпеки є переключення уваги вітчизняного глядача, а його увага буде більше прикута до свого кінематографу, коли «російська пропаганда стане подібною до гавкання маленького собаки: хоч неприємним, але не таким вже й загрозливим. Поки ми не випускали свого кінопродукту, нам залишалося тільки обурюватися з приводу того, що про нас говорили інші» [15].

В той же час й українські актори, погоджувалися грати у російській кінопропаганді. Найяскравішим прикладом такого подвійного стандарту є син Богдана Ступки – Остап Ступка. Він знявся у таких скандальних російських фільмах, як: «Тарас Бульба», «Матч», «Ми з майбутнього 2», через що був підданий неодноразовій критиці. У свою чергу, актор сказав, що: «Ідеологічні нюанси – це одне, а робота і гонорар – зовсім інше. Тим більше, нині в Україні фільмів не знімають взагалі.»

І тут ми мали, дійсно сформовану ще за часів СРСР вертикаль залежності, де українські актори просто не мали роками альтернативи. При цьому українська індустрія кіно слугувала тільки майстернею для виробництва фільмів, орієнтованих на російського глядача.

З початком гібридної війни, попит на українські фільми зріс, а неприязнь до російських стрічок підкріплена війною на Сході, нарешті вітчизняний споживач зрозумів, що найкращий метод боротьби з інформаційними міфами – це розвиток своєї кіноіндустрії. «Так, ми не вплинемо на російського глядача, якого надалі годуватимуть брехнею, але ми можемо забезпечити якісним продуктом самих українців. Не йдеться лише про патріотичні фільми, а про будь-які жанри – головне, щоб вони були якісними і цікавими, тобто цілком конкурентними порівняно з тими, які пропонує ворог» [3].

На думку багатьох критиків, навряд чи комедії здатні виховувати націю. Але на думку Пилипа Ілленка з приводу цього жанру. Для нього патріотичний фільм – «не обов'язково історичний чи героїчний, а той, який сприятиме формуванню національної ідентичності глядача. Саме комедія, на його думку, здатна створювати культурні символи та міфи, що будуть притаманні саме для української спільноти» [15].

«Якщо проаналізуємо сьогоденне українське суспільство – то ми не можемо не помітити того, що більшість у побутових жартах використовує цитати з радянських комедій. Це означає, що ми досі перебуваємо у

радянському культурному дискурсі. Ми досі не відірвалися від Шурика та «Іронії долі» [23].

І звісно, що реально протиставити український світ «русському міру» ми не зможемо, доки не буде створена система жартів, певної кількості смішних цитат, якими будемо оперувати між собою. При цьому, ці речі не будуть доступні для розуміння, наприклад, жителю Краснодару, адже, недостатньо декларативного відторгнення «русськава міра».

Але в умовах інформаційної війни, нам без історичних фільмів не обійтися. Саме вони, «на протигагу комедіям, отримують нагороди на кінофестивалях у Європі і стають забороненими до поширення на території РФ» [13].

Вцілому, після подій 2014 року в Україні вийшли наступні історичні фільми патріотичного спрямування:

- «Майдан» (2014), режисер: Сергій Лозниця
- «Поводир» (2014), режисер: Олесь Санін
- «Війна заради миру» (2015), режисер: Євген Титаренко
- «Століття Якова» (2016), режисер: Бата Недич
- «Червоний» (2017), режисер: Заза Буадзе
- «Кіборги» (2017), режисер: Ахтем Сеітаблаєв
- «Чужа молитва» (2017), режисер: Ахтем Сеітаблаєв
- «Донбас» (2018), режисер: Сергій Лозниця
- «Король Данило» (2018), режисер: Тарас Химич
- «Крути» (2019), режисер: Олексій Шапарєв
- «Захар Беркут» (2019), режисери: Ахтем Сеітаблаєв та Джон Ві.
- «Иловайск 2014. Батальон 'Донбасс'» (2019) Режиссер: Иван

Тимченко

- «Атлантида» (2019) Режиссер: Валентин Васянович
- «Домой» (2019) Режиссер: Нариман Ридванович Алиев
- «Носорог» (2022) Режиссер: Олег Сенцов
- «Позывной «Бандерас»» (2018) Режиссер: Заза Буадзе

- «Кландайк» (2022) Режиссер: Марина Эр Горбач
- «Снайпер. Білий ворон.» (2022) Режиссер: Мариан Бушан
- «Довбуш» (2023) Режиссер: Олесь Санин

Із перелічених 19 фільмів, половина з них заборонено до показу на території Російської федерації. Це і є показником того, що ці фільми відображають нашу правду, яка не вигідна для ворожої країни.

Заборона російських фільмів не завжди ефективний метод боротьби з пропагандою, адже будь який фільм можливо переглянути завдяки мережі Інтернет. Однак, сам ярлик «заборонено», може виступати і як мотиватор, і як обмежувач доступу. Так, «по-перше, глядач, який не володіє високим рівнем критичного мислення, маркер «заборонено» допоможе розпізнати негативний підтекст, зображений у фільмі. По-друге, відсутність російського кіно на телебаченні створює величезний простір для українського кінематографу. По-третє, українське кіно, яким би молодим, наївним чи недовершеним воно не було, нарешті має змогу розвиватися. Не варто сміятися з першокласників тільки тому, що в них мало досвіду. Потрібно дати їм час, щоб навчалися на своїх помилках, і паралельно хвалити за невеличкі успіхи. Звісно, в процесі навчання повинна бути конструктивна критика, але й недопустимо узагальнювати, що українці знімають одне лайно – це, як ми знаємо, прерогатива недалеких «диванних всезнайонок». По-четверте, зникнення російського контенту дає змогу розвінчати ворожі міфи стосовно українців та популяризувати українську мову. У 2014 році Експертна комісія при Держкіно заборонила 170 фільмів російського виробництва. Сьогодні ця цифра досягла вже 780 фільмів та серіалів» [23].

Отже, можемо зазначити, що за останні роки зросла кількість фільмів вироблених в Україні, збільшилося фінансування кінематографу державою (у 2018 році сума становила 1 млрд грн) і сам інтерес аудиторії до українського кіно неабияк підвищився. А через зростання попиту на

українське кіно, дистриб'ютори і кінотеатри стали охочіше брати у прокат українські фільми.

Це перші кроки на шляху зростання вітчизняного кінематографу як мистецтва, так і захисної інформаційної завіси. Останнє для українців нині є особливо актуальним. Тому що фронт образів та наративів вже давно став не менш важливим, ніж фронт воєнний.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки.

1. Сучасний розвиток суспільства призвів до формування нової формації де слово, що було висловлене ЗМІ є правдивим і єдиним вірним, адже воно було сказано в комунікативному просторі «захищеному» від усіх впливів. Тож, дивлячись на таку ситуацію процитуємо Джорджа Оруелла, «... Дезінформація та пропаганда є ключовими інструментами, за допомогою яких партія досягає своїх цілей. Великі екрани та телебачення використовуються для трансляції ідеологічних повідомлень, спрямованих на демонізацію ворогів та вихваляння досягнень та цінностей Океанії. Це створює ілюзію зовнішньої загрози та внутрішньої єдності, що дозволяє партії зберігати контроль над населенням» [1].

Отже, кіно завжди використовується різними, а особливо тоталітарними режимами як інструмент пропаганди – чи то в нацистській Німеччині, Радянському Союзі чи сучасній Росії. З історій, образів набагато легше нав'язати потрібну тезу, підкріпити стереотип, створити альтернативне минуле. Таке минуле намагається створити сучасна російська федерація, адже після 2014 року в ній активніше почали знімати кіно про Крим, Донбас або взагалі про Україну з «правильним ракурсом». І як результат з 2014 по 2024 рік, було створено 43 фільми, що присвячені війні на Донбасі, подіям під час анексії Криму або після неї, а також присвячені повномасштабному вторгненню.

2. Серед цих відверто пропагандистських 43 фільмів привалює документальне кіно, насамперед зняте для телебачення, а не для кінотеатрів, і не спрямоване на заробляння грошей. Найпершим ігровим фільмом стала стрічка «Російський характер» (2014), в якій головний герой, військовий моряк із РФ, їде до Криму, звідки він родом, і де, звичайно ж, саме українці грають роль бандитів, які тероризують рідне

містечко героя. І, звісно, саме росіянин відновлює порядок і справедливість. Фільм зняли на замовлення телеканалу НТВ, в принципі, у дусі цієї медіа компанії та її уявлень про Україну.

В цілому, спостерігається формування стереотипів які є базисом для проведення психологічної компанії, як військової операції. Для цього використовуються ряд елементів, а саме: імітація української мови, адже українці – простаки, брехливі персонажі, з іншого боку – протиставляється, пригнічений народ, який тільки й чекає, коли Росія прийде та вирішить усі проблеми та наведе лад. Такий хід подій притаманний будь-якому пропагандистському фільму, знятого російською федерацією про Україну. І при цьому, немає жодних нових наративів у порівнянні з тим, що і так транслює російська агітаційна машина, у цих фільмах немає.

Паралельно з художніми фільмами, було створено багато документальних фільмів, в яких то розповідається, як народжувався «проект «Україна», то транслюються численні історії про «КримНаш» чи Донбас. Наприклад, фільм «Батя» – про донецького колабораціоніста Олександра Захарченка.

3. В процесі дослідження були проаналізовані 100 найкасовіших фільмів вироблених російською федерацією з 2014 по 2023 рік. Популярними стали лише 2 пропагандистські фільми про Україну – «Крим» (2017) та «Позивний «Пасажир» (2023). Втім, із цих двох фільмів окупив свій бюджет лише «Крим», в якому транслюється вся класика російської пропаганди про події 2013-2014 років. Втім, інші відверто пропагандистські фільми і близько не повторили показники «Криму», та й загальна кількість таких фільмів серед російського кіно вказує на небажання режисерів та продюсерів братися за ці теми.

Водночас, подібні теми продовжують просуватися і далі, в 2024 році бюджет Фонду кіно, яким фінансується російська кінопропаганда, був збільшений в 1,5 рази у порівнянні з минулим роком - до 9,4 млрд рублів.

До цього слід додати бюджет Інституту розвитку Інтернету, який окремо займається розвитком виробництва фільмів про «СВО», та бюджет Мінкульту РФ.

Натомість, досвід західних компаній свідчить, що: будувати пропаганду потрібно з максимальним вивченням та використанням психології споживача даної інформації; необхідно експериментувати і намагатися впроваджувати нові досягнення в галузі маніпулювання свідомостей, які розробляють західні вчені; сучасна пропаганда має будуватися на зміні поведінки, а не ставленні до об'єкту; менше непотрібних міністерств – більше аналітичних центрів; кіно – «наше все» культури. Дobre кіно – запорука успіху у донесенні глядачеві необхідної інформації; пропагандистські фільми та серіали мають не лише рефлексувати на оточуючі події, а й працювати на випередження.

4. Війна - це двосторонній конфлікт, в якому використовуються усі засоби у тому числі і пропагандистські. Тож, терпіти зневагу неможливо, тому українці, як протидія пропаганді, розробили план певних дій. Блокування соціальних мереж, що розповсюджують негативний образ українця, заборонити пропаганду, на державному рівні розробити нормативний комплекс який унеможливилював проникнення пропаганди. Ну і звісно, за для уникнення потрапляння російської кінопродукції спрямувати зусилля на розвиток вітчизняної кіноіндустрії. Це перші кроки на шляху зростання вітчизняного кінематографу як мистецтва, так і захисної інформаційної завіси. Останнє для українців нині є особливо актуальним. Тому що фронт образів та наративів вже давно став не менш важливим, ніж фронт воєнний.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко О. Пропаганда // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. К.: Парламентське видавництво, 2011. 610 с..
2. Брюховецька Л.І. Кіномистецтво: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Логос, 2011. 391 с.
3. Воронік Д. С. Конструювання образу героя в українському кіно періоду незалежності. Питання культурології, історії та теорії культури Мистецтвознавчі записки Випуск 34. 2018. С. 71 – 78.
4. Голуб Олександра, Веснянка Ольга Медіа без упереджень: слова мають значення. Порадник. Як українським медіа наблизитися до європейських стандартів. – вересень 2018. – 35 с.
5. Голіченко Юрій Миколайович Правда в кіно: реалістичність образу сучасного українського історичного кіногероя. Екранні мистецтва. 2021. 51 – 58.
6. Гетьманчук М.П. Грищук В.К. Турчин Я.Б. Політологія: навч. пос. К. Вид. Знання. 2010. 415с.
7. Герчанівська П. Е. Культурологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За ред. В. І. Панченко. — 2-ге вид., випр. і доп. — К.: Університет «Україна», 2006. — 323 с.
8. Дубов Дмитро Засоби масової інформації як якісно нові суб'єкти політичних комунікацій. Інформаційне суспільство. Політичний менеджмент № 1, 2007. Ст.. 57 – 65.
9. Історія українського кіно. Т. 2 : 1930–1945 / [голов. ред. Г. Скрипник] ; НАН України ; ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. – Київ, 2016. – 448 с. + 28 іл.
10. Кохан Т. Г. Кінематограф у контексті культурного простору ХХ століття: монографія К.: Ін-т культурології НАМ України, 2017. 304 с

11. Кохан Т. Г. Культурологічні орієнтири сучасного українського кінознавства. Українські культурологічні студії. – 2020 – 18 – 22.
12. Коцуба Микита Художнє кіно як засіб формування масової політичної свідомості Політична культура та ідеологія. Політичний менеджмент № 1-2, 2013 – Ст. 136 – 144
13. Колодко Арсен Масове кіно України періоду незалежності. Народознавчі зошити. № 1 (127), 2016. Ст. 201 – 209.
14. Леонтєва Л. Є. Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів: Моногр. Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. К.; Л., 2004. 298 с.
15. Леньо П. Ю. Україна та українці в образах і стереотипах західного кіно (1991-2013 рр.). Науковий вісник Ужгородського університету, серія «Історія», вип. 1 (32), 2014 – 129 – 134
16. Лелик М. Б. Популяризація бренду «Українське кіно» на вітчизняних теренах як основа формування національної самоідентифікації (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами за 2017–2018 роки) ДЗК Випуск 6/5 2018 р. 20 с.
17. Левицький В. В. Пропаганда у сучасному російському кінематографі. Наукові записки НаУКМА. Теорія та історія культури. Том 191. 2017. С.29 – 32.
18. Мороз Н.О. Роль засобів масової інформації у формуванні громадянського суспільства України 2-3. 2012. С. 205 – 210
19. Обушний М. І., Примуш М. В., Шведа Ю. Р. Партологія: Навч. посібник / За ред. М. І. Обушного. К.: Арістей, 2006. 432 с.
20. [Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. К. Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія». 2015.](#)
21. Писаренко Лариса Комуникативна пропаганда та маніпуляція в гаслах та салоганах політичних лідерів Писаренко Л. М. Комуникативна пропаганда та маніпуляція....pdf

22. Підкуймуха Людмила Образ друга/ворога в сучасній українській військовій документалістиці Ст. 633 – 643
23. Погребняк Г. П. Авторський кінематограф у художній культурі другої половини ХХ – початку ХХІ століття. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора мистецтвознавства за спеціальністю 26.00.01 – Теорія та історія культури. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Міністерство культури та інформаційної політики України. Київ, 2021 – 469 ст.
24. Погребняк Галина Петрівна, Віддзеркалення національної ідеї в режисерських моделях авторського кіно. АРТ-платФОРМА. 2023. Вип. 1(7). С. 243 – 274.
25. Погребняк Галина Петрівна, фільми українських режисерів як репрезентанти авторських світоглядних моделей у міжкультурному середовищі. АРТ-платФОРМА. 2022. Вип. 2(6). С. 257 – 282.
26. Прасюк Оксана Валентинівна, Пастух Юлія Олександрівна Кіно як засіб політичної пропаганди в нацистській Німеччині: комунікативний та семіотичний аспект. Global world : науковий альманах. Vol. 2 (II), 2016. Ст. 160 – 166.
27. Сахань О. М. Незалежні засоби масової інформації як протидія деструктивному впливу влади на розвиток сучасного українського суспільства. Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого № 5, 2010. Ст.. 142 – 153.
28. Скребець О. В. Геополітична концепція інтеграції Росії у всесвітньо-імперський режим у контексті сучасного російського політичного дискурсу. Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого № 5, 2010. Ст 153 – 168.
29. Степанов В. Ю. Вплив засобів масової інформації на свідомість молоді. Культура України. Випуск 38. 2012. Ст.6.

30. Скуленко М. І. Логічні засади пропаганди: монографія Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2010. 312 с.
31. Скуленко М. І. Психологія пропаганди: монографія Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2009. 180 с.
32. Скуленко М. І. Ефективність пропаганди: монографія Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2011. 362 с.
33. Турчак А.Л. Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування здорового способу життя молоді. Ст.. 157 – 159. core.ac.uk/outputs/84826447/?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1
34. Українська історія в кінофільмах: посібник для вчителя / Волошенюк О. В, Мокрогуз О.П., Новікова Л. Є., Тримбач С. В, Черков Г. А. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. – Київ : ЦВП.АУП. 2018. – 57 с.
35. Шведа Ю. Політичні партії. Енциклопедичний словник. Львів: Астролябія, 2005. 488 с.
36. Шведа Ю. Теорія політичних партій та партійних систем: Навч. посібник. Львів: Тріада плюс, 2004. 528 с.
37. Єпик Лариса, Єпик Даниїл. Сучасне українське кіно як фактор формування національної свідомості. Knowledge, Education, Law, Management 2020 № 3 (31), vol. 2 С. 32 – 36.
38. Yerik, L.. Засновано на реальних подіях: українське історичне кіно початку ХХІ ст. Path of Science, 7(10), (2021). С. 8001-8004. <https://doi.org/10.22178/10.22178/pos.75-14>

ДОДАТКИ

Додаток А

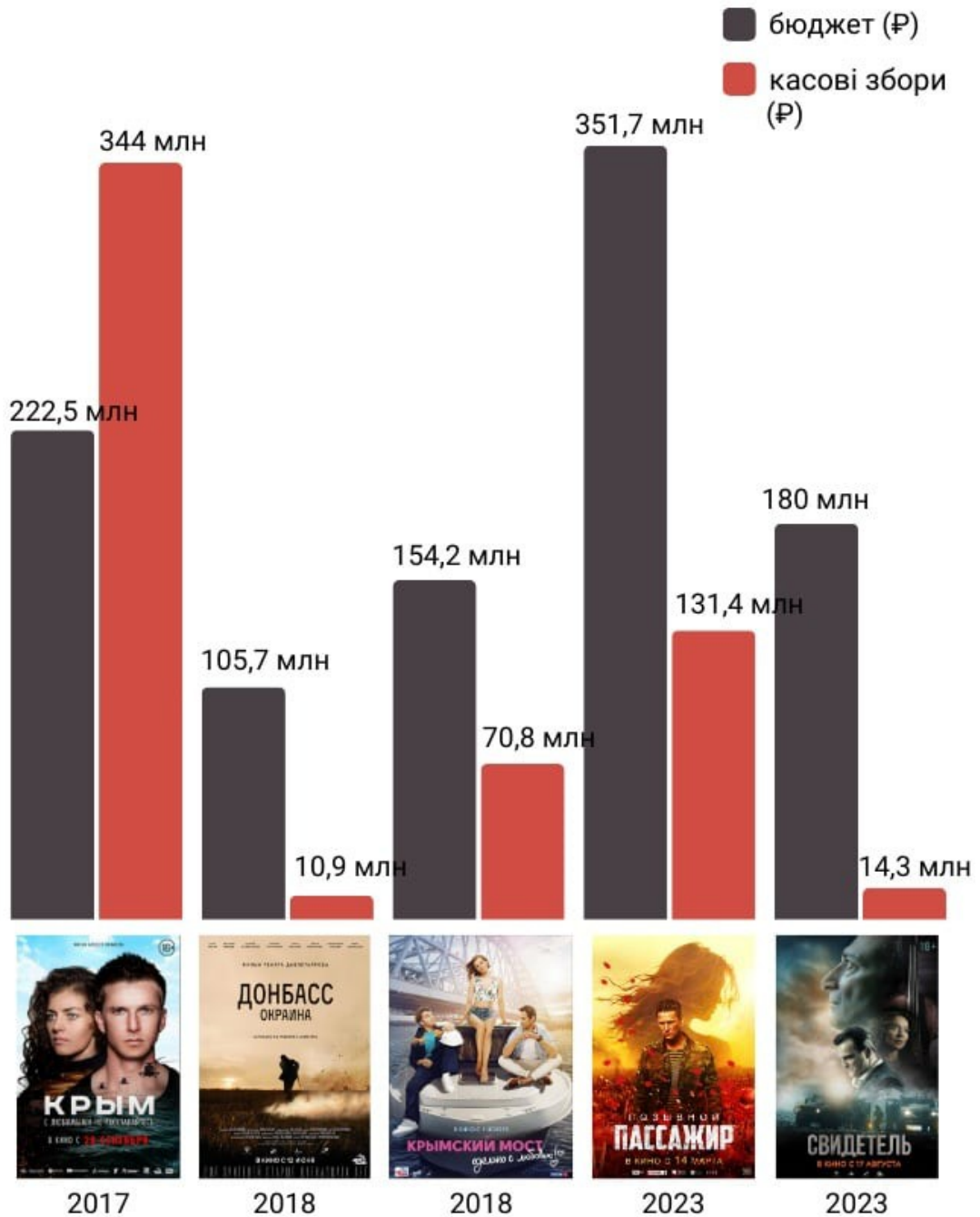
Образи українців у російських кінофільмах ХХІ століття



Додаток Б

Пропагандистські фільми, зняті в РФ під час російсько-української війни

Чи дивляться росіяни пропаганду в кіно?



Джерело даних: Фонд Кино